



แนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม

Communication Development Guidelines in the Age of Media Convergence to Promote Tourism in the Digital Economy of Samut Songkhram province.

ประพนธ์ ณ บางช้าง. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วิโรจน์ ศรีหิรัญ. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Prapoj Na Bangchang. College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University.

Wiroj Srihirun. College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University.

Email: wiroj.sr@ssru.ac.th, prapoj.na@ssru.ac.th

Received: 4 March 2023 ; Revised: 7 March 2023 ; Accepted: 26 May 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนสมุทรสงคราม ตัวแทนหรือแกนนำชุมชน นักท่องเที่ยว นักวิชาการสื่อสารและการท่องเที่ยว รวมจำนวน 50 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การตีความเพื่อนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าลักษณะทั่วไปของแนวทางควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ และสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งอื่น ส่วนลักษณะเฉพาะของแนวทางควรเน้นการบูรณาการการสื่อสารทุกสื่อทุกแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามอย่างเป็นรูปธรรม โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกเดือนตลอดปี เน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว เปลี่ยนจาก "จังหวัดเล็กคนน้อย เป็นจังหวัดคุณภาพคนเที่ยวมาก"

คำสำคัญ : การสื่อสาร, การท่องเที่ยว, สมุทรสงคราม, การหลอมรวมสื่อ, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

The purpose of this research was to study general characteristics and specific characteristics of communication development guidelines in the era of media convergence to promote digital economy tourism in Samut Songkhram Province. This study was qualitative research. An in-depth interview with a sample of Samut Songkhram residents was used. Representatives or community leader tourist. There were 50 academics in communication and tourism. The data was analyzed using interpretations to present it in the form of a descriptive or descriptive narrative.

The results showed that most of the sample group looked at the general characteristics of Samut Songkhram's approach to communication development in the media convergence era for digital economic tourism. We should focus on communication about new product innovations. Both new tourist attractions are new tourism activities to meet the new tourist market and are able to offer products at a glance before competitors. The specific characteristics of the development guidelines emphasis should be placed on integrating communication with all media and platforms that can create concrete added value for tourism in Samut Songkhram province by promoting tourism activities every month throughout the year, focusing on increasing sales of travel products. The emphasis on stimulating the economy through tourism changed from "Little Province. It is a province with high quality tourists."

Keywords: Communication, Tourism, Samut Songkhram, Media Convergence, Digital Economy

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมหลักซึ่งสามารถทำรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย แต่สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยก็ยังขาดการจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2560) ระบุแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 ให้ความสำคัญส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวได้เน้นเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ทั้งนี้กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และระดับประเทศ รวมถึงขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ตลอดจนหน่วยงานในระดับต่าง ๆ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเส้นทางสู่การทำงานร่วมกัน โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

ในการวิจัยในครั้งนี้ เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามที่สามารถได้รับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถในการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างยั่งยืน นั่นคือคนรุ่นต่อไปยังสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้การพัฒนาที่ต้องคำนึงถึงคือการพัฒนาศักยภาพมนุษย์เป็นหลัก ทั้งในด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการให้บริการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการใช้การสื่อสารของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและใช้การหลอมรวมสื่อหลากหลายประเภทเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสมุทรสงครามให้เป็นรูปธรรม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามในยุคการหลอมรวมสื่อและในสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ให้มีความยั่งยืนและเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งในเชิงวิชาการยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญได้ ซึ่งนำไปสู่การสร้างแนวคิดเชิงวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์มากที่สุดกับประชาชนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาบ้านเกิดของคนสมุทรสงครามต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตของการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะแนวทางการพัฒนาในการใช้การสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามบนฐานรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลอันมาจากแหล่งข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชน ผู้นำหรือตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์และด้านการท่องเที่ยว โดยศึกษาในช่วงปีงบประมาณ 2565

แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการศึกษาค้นคว้าเพื่อนำมาประกอบแนวคิดและแนวทางการดำเนินงานวิจัย อันประกอบด้วยแนวคิดหลัก ดังนี้

1. แนวคิดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเสนอโดย กิตติมา สุรสนธิ (2557) ระบุให้เห็นถึงเป้าหมายที่การสื่อสารต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ
 2. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เสนอโดย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561) ระบุเกี่ยวกับลักษณะที่มาและยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนอันเป็นพื้นฐานสำคัญในการศึกษาเรื่องนี้
 3. ทฤษฎีการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence Theory) เสนอโดย สุพงษ์ ไชยชนะเสถียร (2556) ระบุเกี่ยวกับหลักการหลอมรวมสื่อและลักษณะของการหลอมรวมสื่อไว้เป็นกรอบการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อ
 4. แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ เสนอโดย สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวฒนากุล และจักรกฤษ เพิ่มพูล, บรรณาธิการ (2557) กล่าวถึงแนวคิดการหลอมรวมสื่อวารสารศาสตร์ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ โดยมีแนวคิดยุคสื่อหลอมรวมที่เสนอโดย สุทธิชัย หยุ่น (2555) นำมาใช้ประกอบกันด้วย และ
 5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เสนอโดย Gale (2005) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงการมุ่งเน้นให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนท้องถิ่นในขณะนั้นได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นการอนุรักษ์และเติมเต็มความต้องการของบุคคลในอนาคตได้เป็นอย่างดีด้วย
- ทั้งนี้ยังได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย เช่น งานวิจัยของสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ (2558) เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืนและงานวิจัยของณิชนม ภมร และพัชรี ดันติวิภาวิน (2564) เรื่อง การจัดการแหล่งชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม : กรณีศึกษาชุมชนท้องถิ่นตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interview) ที่มีแนวทางแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structured) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1.กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 20 คน 2.กลุ่มแกนนำหรือตัวแทนชุมชนในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 8 คน 3.กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 20 คน และ 4.กลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน รวม 50 คน ทั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมาอย่างน้อย 5 ปี และเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความสะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูลวิจัยเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้การตีความเพื่อนำเสนองานวิจัยในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง (Second Thought) ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการนำผลสรุปการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูล งานวิจัยของคนอื่นที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกัน รวมทั้งตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ คนอีกด้วย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลักษณะทั่วไปของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงครามนั้น ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ และสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งขจรลงนามองว่าควรสื่อสารและสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมรูปแบบความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม โดยการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามควรส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนสมุทรสงคราม อยู่เสมอและการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามควรให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของคนในชุมชน พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมให้ชุมชนสมุทรสงครามเกิดความเข้มแข็งไปพร้อมกันทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างยังมองว่าควรเน้นการสื่อสารในลักษณะที่สะท้อนว่าการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีส่วนช่วยสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนและยังมีส่วนช่วยลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานและการกระจายรายได้ อยู่เสมอ

ตอนที่ 2 ลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงครามนั้นควรเน้นการบูรณาการการสื่อสารทุกสื่อทุกแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามอย่างเป็นรูปธรรม โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกเดือนตลอดปี เน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว เปลี่ยนจาก“จังหวัดเล็กคนน้อยเป็นจังหวัดคุณภาพคนเที่ยวมาก” รองลงนามองว่าควรสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนสมุทรสงคราม พร้อมทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผูกพันและเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนสมุทรสงครามอย่างลึกซึ้ง โดยชุมชนมีหน้าที่ดำเนินการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้กับชุมชนสมุทรสงครามอย่างต่อเนื่อง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม

3.1 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่า ควรสื่อสารในรูปแบบการหลอมรวมสื่อที่เน้นเนื้อหาการส่งเสริมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวสมุทรสงครามอันจะนำมาซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน รองลงมาเสนอแนะว่าควรสื่อสารโดยเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการคำนึงถึงผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและชุมชนเป็นหลักกล่าวคือนักท่องเที่ยวจะได้ความสนุกสนานและได้รับความรู้ด้วยทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวควรสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนด้วยเช่น การควักกาแฟ นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และสนุกกับวิธีการควักกาแฟ และชาวบ้านก็สามารถลดต้นทุนการจ้างแรงงานคนควักกาแฟ เป็นต้น

3.2 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการภาคเอกชนและประชาชนในท้องถิ่นสมุทรสงครามควรใช้การสื่อสารเชิงการหลอมรวมสื่อดิจิทัลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเน้นเศรษฐกิจฐานรากเพื่อตอบนโยบายประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเมืองรองเชิงสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี รองลงมามีความคิดเห็นว่าชาวชุมชนในสมุทรสงครามควรมีส่วนร่วมในการออกแบบและสื่อสารเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นจุดเล็ก ๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่ถึงหรือไม่เคยเดินทางไปมาก่อน และมีความเป็น Unseen จัดเป็นโปรแกรมที่น่าสนใจ อาทิ เส้นทางวิถีเกลือสมุทร เส้นทางวิถีประมงดอนหอยหลอด-คลองโคน เส้นทางสุขใจวิถีไทยไหว้พระแก้ววัดเส้นทางสายน้ำสามเวลาและโฮมสเตย์เสน่ห์ชุมชน ชวนให้สัมผัสและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับชุมชนที่มีอัตลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ ผ่านการระดมกำลังและแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชน

อภิปรายผล

1. ลักษณะทั่วไปของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงคราม ควรเน้น “ความใหม่และแตกต่าง” จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ และสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ในส่วนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนที่ระบุว่าการส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ใช้การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านต่าง ๆ ของพื้นที่หรือเมืองในลักษณะของธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือเมือง ควบคู่ไปกับการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการธุรกิจ เทคโนโลยีและการตลาดโดยใช้ศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยเป็นพื้นฐานผสมผสานการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาด เห็นได้ว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีลักษณะทั่วไปคือ เป็นธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงครามออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรมรวมทั้งควรสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการธุรกิจ เทคโนโลยีและการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของการท่องเที่ยวสมุทรสงครามด้วย

2. ลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงครามควรเน้น “บูรณาการสื่อทุกแพลตฟอร์มที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มยอดขายได้ เป็นแนวทางพัฒนาท่องเที่ยวสมุทรสงครามยุคหลอมรวมสื่อ”

จากผลการวิจัยที่พบว่าลักษณะเฉพาะของแนวทางการพัฒนาการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดสมุทรสงครามคือ เน้นการบูรณาการการสื่อสารทุกสื่อทุกแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามอย่างเป็นรูปธรรม โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกเดือนตลอดปี เน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวเปลี่ยนจาก “จังหวัดเล็กคนน้อยเป็นจังหวัดคุณภาพคนเที่ยวมาก” สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม”(ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก, 2559) ที่พบว่าแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ดีขึ้นควรมีการบูรณาการการทำงานของทุกหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้การท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมทั้งสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ควรมีการนำระบบ ICT Management เข้ามาช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น

เห็นได้ว่าการบูรณาการสื่อทุกแพลตฟอร์มที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มยอดขายได้อย่างเป็นรูปธรรมเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามในยุคหลอมรวมสื่อ โดยต้องบริหารจัดการด้านการใช้สื่อเชิงหลอมรวมนี้อย่างเป็นระบบและใช้อย่างเต็มศักยภาพด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. พัฒนาและสื่อสาร “คุณภาพและคุณประโยชน์” ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวสมุทรสงครามเพื่อให้เกิดความประทับใจและพฤติกรรมกรกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างสม่ำเสมอ
2. ศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจต่อการสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากผลวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมองว่าควรใช้การสื่อสารเชิงการหลอมรวมสื่อดิจิทัลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเน้นเศรษฐกิจจากฐานรากเพื่อตอบโจทย์นโยบายประเทศด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง
3. ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดสมุทรสงครามควรช่วยกันใช้การสื่อสารยุคการหลอมรวมสื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่การท่องเที่ยว อันเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
4. ควรจัดอบรมทักษะความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงหลอมรวมสื่อให้ชาวชุมชนสมุทรสงครามเพื่อเป็นฐานในกระบวนการสื่อสารเชิงเศรษฐกิจดิจิทัล
5. ผู้บริหารและผู้นำด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามต้องร่วมกับชาวชุมชนในการตีโจทย์การท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างจนนักท่องเที่ยวต้องมาสมุทรสงครามและไม่ไปที่อื่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ค้นหาตัวแปรหรือแง่มุมทางการสื่อสารที่น่าสนใจและทันสมัยเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงหลอมรวมสื่อเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลของจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อขยายองค์ความรู้ในการใช้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. ศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ในประเด็นเดียวกันนี้ เช่น ศึกษาจากผู้บริหารระดับสูงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้บริหารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาจได้มุมมองความรู้ความเข้าใจที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

3. ควบคู่การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงหลอมรวมสื่อเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยการวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ เช่น วิธีการสนทนากลุ่มการวิจัยเชิงสำรวจ การศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีมุมมองที่หลากหลายและลึกซึ้งมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กิตติมา สุรสนธิ.(2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักส์.
- ณิชนม งามร และพัชรี ตันติวิภาวิน.(2564). การจัดการแหล่งชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม: กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวถนนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิจัยศิลปวัฒนธรรมศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, (2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2564.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. [ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2558). *การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงครามบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน*. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.).
- สุทธิชัย หยุ่น. (2555). *15 ปี สภาการหนังสือพิมพ์ฯ ยุคสื่อหลอมรวม*. กรุงเทพฯ : สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สุदारัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัฒนากุล และจักรกฤษ เพิ่มพูล. (2557). *หลักและแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *เศรษฐกิจดิจิทัล*. <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- Gale,R.(2005).Sustainable Tourism: The Environmental Dimensions of Trade Liberalization in China.
- D. Shrubsole and N. Watson (Eds.), *Sustaining Our Futures : Perspectives on Environment, Economy and Society*University of Waterloo , Waterloo, Ontario.