

The promotion of Creative Tourism in a Secondary City by Connecting Small Local Communities to the Main Local Community Through Digital Media in Samut Songkhram Province

Nitinan Srisuwan, Phonkanok Sringam, and Jenjira B.P. Sungneon
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: October 29, 2022

Revised: April 18, 2023

Accepted: May 2, 2023

Abstract

Digital media play a major role in tourism marketing, especially with regard to tourism destination positioning and the maximization of tourism revenue. The outcome of this research was the development of digital media to promote creative tourism in a secondary city by connecting small local communities to the main community in Samut Songkhram province. The research has two purposes: first, to create creative tourism routes connecting small local communities to major communities; and second, to produce digital media to promote these creative tourism routes through community participation. The research took the form of PAR (Participatory Action Research), utilizing qualitative methods (i.e. in-depth interviews and focus groups) to collect and analyze data.

The research resulted in the development of four creative tourism routes connecting peripheral communities to the main local communities in Samut Songkhram province: (1) a salt farm route; (2) a fishing village route; (3) a religious site route; and (4) a floating market and homestay route. These routes are connected to key local community centers, namely Amphawa Floating Market and Mae Klong Market in the Amphawa district. From these four routes, two digital media products were developed: the Android application

“Go Samut Songkhram”, which provides interactive maps and information about creative tourism routes and communities in a way that connects small local communities to major communities; and a video clip hosted on Youtube to promote creative tourism routes. The research results reflect the importance of developing digital media for tourism so as to connect tourist destinations to distribute tourism revenue equitably. Cooperation between stakeholders is also significant in the development of sustainable tourism marketing.

Keywords

creative tourism, communities, digital media, Samut Songkhram

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรอง จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ, พรกนก ศรีงาม และ เจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการตลาดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และช่วยกระตุ้นยอดขายทาง การท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มุ่งผลลัพธ์ในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมเส้นทาง ท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักสองด้าน ได้แก่ ประการแรกเพื่อพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม และประการที่สอง เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลสำหรับ เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ผ่าน กระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม (PAR) ระหว่างนักวิจัยและชุมชน ผ่านระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และวิเคราะห์ เชิงเนื้อหา สรุปผล

ผลการวิจัย เกิดการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์ จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ ในจังหวัด สมุทรสงคราม จำนวน 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางวิถีเกลือสมุทร เส้นทาง

วิถีประมงดอนหอยหลอด-คลองโคโคน่า เส้นทางไหว้พระแก้ววัด และเส้นทางโฮมสเตย์ชุมชน ซึ่งทุกเส้นทางเชื่อมโยงจุดใหญ่หลักไปยังตลาดน้ำอัมพวา และตลาดแม่กลอง ในอำเภออัมพวา จากเส้นทางดังกล่าว ทีมวิจัยได้พัฒนาผลวิจัยด้านสื่อดิจิทัลจำนวน 2 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันท่องเที่ยวสมุทรสงคราม ภายใต้ชื่อ “Go Samut Songkhram” บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่มีรายละเอียดแผนที่ทำเลที่ตั้ง ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และจุดเชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ สื่อดิจิทัลประเภทที่สอง ได้แก่ คลิปวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จากผลของการวิจัยสะท้อนถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อดิจิทัลที่ที่จะต้องเกิดการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวทุกจุดเพื่อการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนมีส่วนสำคัญในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ชุมชน, สื่อดิจิทัล, สมุทรสงคราม

บทนำ

เมืองแม่กลอง หรือจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองแห่งหนึ่ง ที่นับว่ามีศักยภาพและความหลากหลายทางการท่องเที่ยวไม่แพ้การท่องเที่ยวเมืองหลัก ด้วยเหตุเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และเส้นทางเดินทางสะดวก จึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากในเมือง หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวแวะผ่าน หากวิเคราะห์ในเชิงกายภาพ สมุทรสงครามจะเป็นพื้นที่ที่สามารถทำเกษตรได้ทุกชนิดตั้งแต่ประเภทเกษตรชาวสวนผลไม้ จนถึงเกษตรประมง มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและการท่องเที่ยวชุมชนหลายแห่ง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมศาสนา ที่ได้รับความนิยมตามความเชื่อ จากผลสถิติในช่วงระหว่างปีที่ศึกษาวิจัย (พ.ศ. 2559–2561) พบว่าอัตราการหลังไหลของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับขาขึ้น ในปีที่ศึกษาวิจัย (พ.ศ. 2561) ระบุว่า อัตราการเติบโตทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปในทิศทางขาขึ้นมาโดยตลอด รายได้จากผู้มาเยือนอยู่ที่ 2,736.7 ล้านบาท มีอัตราเติบโตร้อยละ +10.5 (Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports, 2019)

ภายใต้การเติบโตแบบก้าวกระโดดทางการท่องเที่ยวของสมุทรสงครามที่กล่าวมานั้น หนึ่งในจุดท่องเที่ยวใหญ่ ได้แก่ ตลาดน้ำ โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุให้ตลาดน้ำอัมพวาในอำเภออัมพวาเป็นสถานที่ยอดนิยมลำดับต้นของการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม (Tourism Authority of Thailand, n.d.) แต่ทั้งนี้หากวิเคราะห์ปัญหาการท่องเที่ยวและผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจพบประเด็นการกระจุกตัวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่อัมพวาจนส่งผลกระทบต่อเชิงลบทางเศรษฐกิจ ดังข้อค้นพบหนึ่งในงานวิจัยของนันทมน บวรกุลกิจทวี (Bhawonkulkijitawee, 2011, p. 100) ระบุ เมื่อตลาดน้ำอัมพวาได้รับ

ความนิยมสูงมากจากนักท่องเที่ยว ส่งผลให้มีสภาวะด้านกระแสวัตถุนิยมมากขึ้น มีค่าครองชีพสูงขึ้น มีการแข่งขันกันสูงในระหว่างผู้ประกอบการทางธุรกิจด้วยกัน การค้าขายสินค้าที่มุ่งผลกำไรมากเกินไป และการแย่งชิงทางผลประโยชน์ทางการค้าขายและเศรษฐกิจในพื้นที่

จากปัญหาความหนาแน่นของการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อดังกล่าว การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัว อาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาได้ กอรบกับสมุทรสงครามยังมีพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนขนาดเล็กที่น่าสนใจร่อนักท่องเที่ยวไปเยือนอีกมาก แต่อาจจะยังขาดการทำการตลาด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักและเข้าถึง ดึงงานวิจัยของจุฑาธิปต์ จันทร์เอียด (Junead, 2016, pp. 60-61) ให้ข้อมูลวิเคราะห์จุดอ่อนของการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไว้ มีประเด็นที่สอดคล้องกับปัญหาดังกล่าว อาทิ ผู้ประกอบการชุมชนรายย่อยภาคการท่องเที่ยวขาดความเข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร และหน่วยงานภาครัฐขาดความเข้าใจวิถีชุมชนอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุภา สังขวรรณ (Sangkawan, 2017, p. 7) ผลวิจัยด้านหนึ่งระบุปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในสมุทรสงครามว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐในการพัฒนาสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น สื่อดิจิทัลนับเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังเช่นการศึกษาโดยสภาพร เกียรติพิริยะและคณะได้ทำการศึกษาและสรุปประเด็นบทบาทและความสำคัญของสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดทั่วไทย

สรุปได้ว่า ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตเป็นจุดเริ่มต้นหลักในการพัฒนาสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาระบบสื่อสารโต้ตอบนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ระบบการค้นหาสถานที่ตั้งโดยอัตโนมัติอย่างแม่นยำ บนพื้นฐานของระบบ Smart phone และ Tablet ซึ่งยังคงเป็นเครื่องมือพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญมากในการทำการตลาดคู่แข่งและดึงเงินลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรตระหนักและปรับตัว ใช้สื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว ควบคู่กับสร้างคุณค่าประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการนำเสนออัตลักษณ์จุดเด่นของเมืองรองไปพร้อมกัน (Keitpiriya, et al., 2020, p. 441-447) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Pencalerelli ที่ตระหนักถึง ดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงประสบการณ์การท่องเที่ยวและการจัดการทั้งในระดับการท่องเที่ยวส่วนบุคคลและองค์กรต่าง ๆ รวมถึงรัฐบาล ซึ่งในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่ผ่านมา จะครอบคลุมถึงการปฏิวัติด้านการท่องเที่ยว (“การท่องเที่ยว 4.0”) ที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญและการเพิ่มขึ้นของการใช้สื่อดิจิทัล และมีการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ เป็นพื้นฐานสำหรับ “การท่องเที่ยวอัจฉริยะ” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ซึ่งสร้างขึ้นในแนวทางที่ยั่งยืน (Pencalerelli, 2020, pp. 455-476)

นอกจากนี้ ในเชิงของการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสมุทรสงคราม พบแนวทางข้อเสนอแนะจากงานวิจัยต่าง ๆ อาทิ งานวิจัยของชมภูษ หนูนาค (Hunnark, 2015, pp. 119-122) เสนอแนะเรื่องแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องด้วยสมุทรสงครามมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายทั้งวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และเชื่อมกับวิถีชุมชนสายน้ำ ควรมีการส่งเสริมทางการประชาสัมพันธ์และการตลาด ตลอดจนส่งเสริม

การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับข้อค้นพบและเสนอแนะในงานวิจัยของสุภา สังขวรรณ (Sangkawan, 2017, p. 7) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์คุณค่าของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กรอบจังหวัดและเน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนา

จากเหตุปัญหามาและแนวทางการเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองสมุทรสงครามอย่างสมดุลและยั่งยืน ทีมวิจัยจึงมุ่งศึกษาวิจัยและพัฒนาในประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเล็กที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีจุดเชื่อมต่อกับชุมชนใหญ่ หรือจุดหลักในการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม เพื่อลดปัญหาความแออัดในแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีเสน่ห์ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ ผลพลอยได้อันมุ่งหวังเป็นผลกระทบของงานวิจัยคือ มุ่งสร้างคุณค่าของการพัฒนาร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการกับทีมวิจัย ทั้งการวิเคราะห์ปัญหา ร่วมปฏิบัติการสร้าง และประเมินผลผลิตวิจัยปลายทาง ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยงและสื่อดิจิทัลเพื่อทำการตลาดท่องเที่ยวร่วมกัน ตลอดจนภาคีเครือข่ายอันได้ผลมาจากงานวิจัยนี้ ช่วยส่งเสริมกันและวางแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลสำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มีหลายบุคคลในแวดวงทางวิชาการ รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับสากล ได้นิยามความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ไว้ร่วมกัน โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เน้นการสร้างประสบการณ์หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์และวัฒนธรรมร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Guest) และเจ้าบ้านท้องถิ่น (Host) ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ ในระดับหน่วยงานสากล องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2006, p. 3) นิยามการท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นในด้านประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวว่าเป็นประเภทการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปหาประสบการณ์อันผูกพันกับเจ้าของพื้นที่ในมิติของการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่นเฉพาะของพื้นที่นั้น ซึ่งจะมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เชื่อมโยงความผูกพันสานสัมพันธ์มิตรและสร้างเสริมประสบการณ์อันดีต่อท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมแห่งนั้น เช่นเดียวกับ

Richards, G., & Raymond, C. นักวิชาการท่องเที่ยวในระดับสากลที่ได้
นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ภายใต้แนวคิดของการเชื่อมโยงระหว่าง
นักท่องเที่ยวและกิจกรรมท้องถิ่นที่ไปเยือน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมที่
สะท้อนวัฒนธรรมเหล่านี้ จะช่วยเชื่อมโยงสร้างประสบการณ์ระหว่าง
นักท่องเที่ยว สถานที่ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Richards and Raymond,
2000, p. 18) ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และคุณค่าพิเศษในการท่องเที่ยว
ครั้งแรกซึ่งแนวคิดนี้ได้ขยายผลใช้ในด้านการจัดกิจกรรมท้องถิ่นตามแนวคิด
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลำดับต่อมา

จากกลไกกระบวนการสร้างกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม
ในวัฒนธรรมและชุมชนดังกล่าว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญตอนหนึ่ง
ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า ถือเป็นกุญแจหนึ่งในการพัฒนา
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อน
และดึงวัฒนธรรมของชุมชน ช่วยสร้างคุณค่า อัตลักษณ์ของความเป็นไทย
ในชุมชน เกิดการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์โดยการผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวที่
เกิดขึ้นในชุมชน มีการให้นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติจริง ทำให้นักท่องเที่ยว
เข้าใจความรู้สึก และได้รับประสบการณ์ใหม่จากชุมชนในเชิงวัฒนธรรม
อย่างลึกซึ้ง ตลอดจนชุมชนเกิดความภูมิใจและตระหนักในวัฒนธรรมที่
ตนเองมี และนำเสนอวัฒนธรรมผ่านการบริหารจัดการชุมชนอย่างเข้มแข็ง
ก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน (Designated Areas for Sustainable Tourism
Administration, 2018, p. 55)

สื่อดิจิทัลกับการท่องเที่ยว

สถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน ดิจิทัลมีอิทธิพลสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสำคัญดังกล่าวปรากฏในสาระสำคัญของ “แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ.2559-2561) : การพัฒนาขีดความสามารถเชิงดิจิทัลภาครัฐด้านการท่องเที่ยว” โดยสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล มีนโยบายพัฒนาดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวแบบครบวงจร กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถลดขั้นตอนและประหยัดเวลาในการติดต่อประสานเรื่องต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐได้เพียงจุดเดียวเบ็ดเสร็จครบวงจร ภายใต้การจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อบริการท่องเที่ยว เช่น Smart travel app หรือ Smart trip planner โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Academic office: National Assembly Library of Thailand, 2018, pp. 9-12)

ความสำคัญของการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว ปรากฏในงานวิจัยต่างประเทศหลายชิ้นงาน อาทิ Bassano, C., Barile, S., Picicocchi, P., Spohrer, J.C., Iandolo, F., & Fisk, R. ศึกษาวิจัยในด้านการให้ความสำคัญของการบอกเล่าเรื่องราว เป็นสิ่งสำคัญหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว ในการศึกษาดังกล่าวมีประเด็นการนำเรื่องเล่าของสองแคว้นภูมิภาคในประเทศอิตาลี มีประเด็นของการพัฒนา เผยแพร่เรื่องเล่าที่มีคุณค่าผ่านสื่อดิจิทัล โดยทีมวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการเรื่องเล่าที่น่าสนใจผ่านสื่อดิจิทัล ควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาที่มีลักษณะยืดหยุ่นโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากมีส่วนช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการจุดหมายปลายทางและวัฒนธรรม (Bassano, et al., 2019, p. 10-20) นอกเหนือจากนั้น ยังมีงานวิจัยของ Garbani-Nerini, E.,

Korkut, S., & De Ascaniis, S. ได้วิเคราะห์เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวว่า ปัจจุบันสมาร์ทโฟนใช้กันอย่างแพร่หลาย เรียกได้ว่าเป็นเสมือนคอมพิวเตอร์พกพา ‘ubiquitous connectivity’ (Garbani-Nerini, et al., 2022, p. 109) ช่วยเป็นสื่อกลางระหว่างโลกดิจิทัลและโลกความเป็นจริง (นักท่องเที่ยว) เช่น ระบบของการใช้คิวอาร์โค้ด (QR code) หรือความก้าวหน้าล่าสุดที่สมาร์ทโฟน สามารถเชื่อมต่อและเข้าถึง AR ช่วยมอบประสบการณ์ที่สมจริงและข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมแชร์ประสบการณ์ผ่านเทคโนโลยีได้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน: เครื่องมือพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้อย่างเป็นธรรม ซึ่งการบริหารจัดการท่องเที่ยวเน้นให้ชุมชนคนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมหลัก ตามข้อมูลระบุโดยศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สถาบันการท่องเที่ยว กล่าวถึงสาระสำคัญและลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ ชุมชนเป็นเจ้าของหลัก ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทิศทางการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจ เน้นการส่งเสริมวัฒนธรรมหรือท้องถิ่นอันเป็นความภูมิใจ การท่องเที่ยวช่วยก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เมื่อเกิดการท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันด้วยความเคารพเสมอภาค เรียนรู้ซึ่งกันและกันให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว และประเด็น

สำคัญ คือ การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012)

จากประเด็นสำคัญดังกล่าว ในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้ทำการเรียบเรียงสรุปแนวคิดในเชิงพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชน ที่มาจากทฤษฎีของผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พ.ศ. 2553-2561) ไว้มีสาระสำคัญ พัฒนาทั้งสิ้น 5 ประการ ได้แก่ (1) ให้ชุมชนเน้นการนำเสนอด้านความเป็นไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนเอง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน และนักท่องเที่ยวในกลุ่มของนักท่องเที่ยวคุณภาพ มากกว่าเน้นในเชิงปริมาณนักท่องเที่ยว (2) มีการบริหารจัดการอย่างสมดุล มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ไม่เหลื่อมล้ำ ปกป้องหรือป้องกันกลุ่มผู้กอบโกยทางผลประโยชน์จากชุมชนหรือพื้นที่ท่องเที่ยว (3) มีการรังสรรค์ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยว เทศกาลท่องเที่ยวของท้องถิ่น ช่วยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (4) มีการทำงานแบบบูรณาการกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทางท่องเที่ยวและพัฒนาาร่วมกันอย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน และ (5) เปิดโอกาสในการเสนอความคิดเห็น ในทุกภาคส่วนที่จัดการท่องเที่ยว ทั้งชุมชน ภาครัฐ บุคคลทั่วไป เพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นร่วมกันอย่างสันติ (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018, p. 55) โดยสรุป จากประเด็นความหมาย และทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะเห็นได้ว่า สอดคล้องกับประเด็นปัญหา และตอบโจทย์อันเป็นผลผลิตของงานวิจัยนี้ คือ พัฒนาสร้างนวัตกรรมในเชิงการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Hamilton, K., & Alexander, M. ศึกษาวิจัยเชิงชาติพันธุ์เกี่ยวกับความคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสกอตแลนด์ งานวิจัยเสนอแนะว่าการให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการมีส่วนร่วม ความคิดสร้างสรรค์ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างความรู้สึกหวงแหนร่วมกันในการเป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น (Hamilton, K., & Alexander, M., 2013, pp. 169-190)

กันยารวรรณ กำนิตสินธุ์ ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนบางน้ำผึ้ง ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม กระบวนการวิจัยมีทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนจะมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลงานมากที่สุด รองลงมาด้านการมีส่วนร่วมในรับผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน และมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวสาระสำคัญคือประชาชนจะมีส่วนร่วมกันในการจัดการมากที่สุด คือทางด้านที่มีการบริหารจัดการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีการจัดกิจกรรม เทศกาลการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งในเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ทำให้ชุมชนได้รับรางวัลทางการท่องเที่ยวอย่างมากมายทั้งทางด้านการมีส่วนร่วมชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็ง และรางวัลผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชน อันสะท้อนความมีส่วนร่วมของชุมชน (Kamnedsin, K., 2017, pp. 175-184)

Yanopas, N. (2018, pp. 1-8) ศึกษาประเด็นการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในเชิงนวัตกรรมทั้งในระดับชาติและสากลเพื่อให้มาเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ในประเทศไทย และศึกษาข้อดีข้อเสียของนวัตกรรมแบบใหม่ จากการศึกษาที่มีข้อค้นพบประเด็นสำคัญ ได้แก่ กลไกการขับเคลื่อนของนวัตกรรมการท่องเที่ยวในระดับสากล อาทิ เงินเกาหลี มีนวัตกรรมที่เชื่อมโยงอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ระบบแอปพลิเคชันท่องเที่ยว ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล เชื่อมต่อกับแผนที่ท่องเที่ยว ตลอดจนมีลิ้งค์ระบบเชื่อมต่อการระบบการจ่ายเงินที่สะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบสแกนใบหน้า และการคัดกรองนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปต้นแบบจากระบบสากลเหล่านี้ได้ว่าเป็นเครื่องมือช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจอย่างอิสระ และสามารถตัดสินใจต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวได้ทันทั่วทั้ง สำหรับข้อเสนอแนะ ควรเน้นการพัฒนาเชื่อมโยงดิจิทัลทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พัฒนาระบบข้อมูลอัจฉริยะเชื่อมต่อกับภาครัฐในการให้ข้อมูล ปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานแบบลดเอกสาร และพัฒนางานวิจัยใหม่ ๆ ด้านการพัฒนานวัตกรรมท่องเที่ยว

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้กระบวนการเก็บข้อมูลแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้มาตามวัตถุประสงค์ ทีมวิจัยสรุปวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนภายในจังหวัดสมุทรสงครามทั้งหมด ได้แก่ ภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐท้องถิ่น กลุ่มชุมชนทั้ง 3 อำเภอภายในจังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือกลุ่มตัวอย่าง ทีมวิจัยจึงเลือกวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลสำคัญในการให้ข้อมูลภายใต้ระยะเวลาวิจัยที่จำกัด จำนวน 25 ท่าน รายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มภาครัฐบาล จำนวน 10 ท่าน เนื่องจากเป็นผู้กำหนดและวางแผนนโยบายท่องเที่ยวจังหวัด คุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ มีภาระหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชน การตลาดท่องเที่ยว ทำงานแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี ได้แก่ กรมพัฒนาชุมชน จำนวน 4 ท่าน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบริเวณชุมชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 ท่าน

1.2 กลุ่มชุมชนท้องถิ่น จำนวน 15 ท่าน เนื่องจากเป็นผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยตรง คุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้นำชุมชน หรือทีมบริหารจัดการชุมชน ผู้นำอาศัยในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการทำงานในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี ภายใต้ชุมชนทั้งหมด 3 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านบางกระบูน ชุมชนคลองโคก และชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นชุมชนเล็กที่มีองค์ประกอบ

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์พร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
ชุมชนละ 5 ท่าน

2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และ
แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย สำหรับแบบสัมภาษณ์

2.1 แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ (1) กิจกรรม
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว
(2) จุดเชื่อมโยงชุมชนเล็กและชุมชนใหญ่ ตลอดจนจุดทางผ่านหรือจุดแวะพัก
เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและ (3) รูปแบบสื่อดิจิทัลที่ต้องการใช้ทำ
การตลาด

2.2 แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อใช้จัดประชุมร่วมกัน
ระหว่างทีมนักวิจัย ภาครัฐบาล และกลุ่มชุมชน ในการปฏิบัติการ 2 ประเด็น
คือ (1) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ และ (2) รูปแบบ
การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อทำการตลาดในเส้นทางการท่องเที่ยว

การวัดคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เพื่อความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย ทีมวิจัยได้นำแบบ
สัมภาษณ์ ไปทำการตรวจสอบ โดยวิธีตรวจหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
IOC โดยวัดดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ โดยให้
ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน รวมได้ค่าคะแนนทั้งสิ้น
0.8 จากนั้นทีมวิจัยปรับภาษาในคำถามตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ และ
นำไปเก็บข้อมูล

3. การปฏิบัติการร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลผลิตวิจัย

3.1 ด้านเส้นทางท่องเที่ยว ทีมวิจัยและชุมชนผู้ให้ข้อมูลร่วมวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน จัดปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระดมสมองจากทุกภาคฝ่าย เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวาร่วมกัน จัดทำและประเมินเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนในเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตาร่วมกัน

3.2 ด้านสื่อดิจิทัล ทีมวิจัยร่วมลงสำรวจพื้นที่าร่วมกับชุมชนและจัดประชุมาร่วมกับภาครัฐบาลท้องถิ่น ปฏิบัติการระดมสมองาร่วมกันในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสนอรูปแบบดิจิทัลที่เหมาะสมในการทำการตลาด

หลังจากนั้นทีมวิจัยสรุปข้อมูลเส้นทาง นำข้อมูลปฏิบัติการด้านจัดทำสื่อดิจิทัล และนำสื่อดิจิทัลมาให้ทีมภาครัฐและชุมชนาร่วมกันประเมินอีกครั้ง ก่อนแก้ไขความสมบูรณ์ของแอปพลิเคชัน และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตวิจัย

4. การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

ทีมวิจัยวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ มารวบรวม แยกชุดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ อาทิ เส้นทางท่องเที่ยว เครือข่าย ชุมชน การตลาด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลและเนื้อหาาร่วมกัน แล้วเรียบเรียงเนื้อหา ให้ออกมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องกับชุมชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากข้อมูลการสัมภาษณ์ และร่วมปฏิบัติการกำหนดแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างนักวิจัยและชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 เส้นทาง ที่มีจุดท่องเที่ยวในลักษณะกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กของอำเภอเมืองสมุทรสงคราม เชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ หรือแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา และตลาดแม่กลอง (ตลาดร่มหุบ) ในอำเภออัมพวา

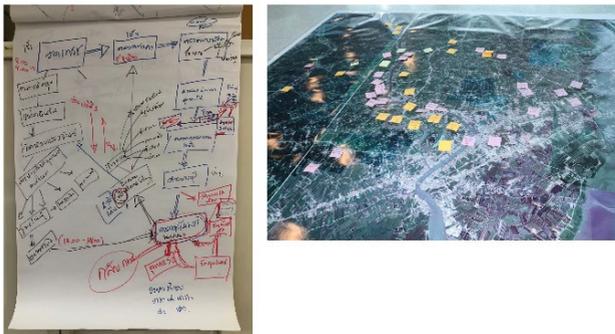


Figure 1: Sketch of a creative tourism route map from the PAR process.

Note. From Nitinan Srisuwan and the research team.

จากภาพ 1 แสดงร่างแผนที่ อันเกิดจากกิจกรรมภายใต้กระบวนการปฏิบัติการกำหนดจุดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยกร่วมกันระหว่างทีมวิจัย และผู้ให้ข้อมูล แสดงผลวิจัยด้านรายละเอียดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงระหว่างชุมชนเล็ก และชุมชนใหญ่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. เส้นทางวิถีเกลือสมุทร

ชุมชนเล็ก: ชุมชนนวัตวิถีบางกระบูน อำเภอเมืองสมุทรสงคราม

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดแม่กลอง และตลาดอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: ชมวิถีนาเกลือ เรียนรู้ประโยชน์ของเกลือและการเก็บดอกเกลือ เรียนรู้ทำอาหารพื้นบ้านจากดอกเกลือและใบชะคราม แปรรูปไข่เค็มจากดินนาเกลือ และกิจกรรมอื่น ๆ ภายในชุมชน อาทิ บ้านทำขนมไทยและชาใบชูลู่ ขนมไทยจากดอกเกลือและน้ำตาลมะพร้าว

จุดแวะผ่าน: อนุสาวรีย์แผ่นดินจันทร์ วัฒนน้อยแสงจันทร์

2. เส้นทางวิถีประมงดอนหอยหลอด-คลองโคโคน

ชุมชนเล็ก: ชุมชนคลองโคโคน

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: ปลูกป่าชายเลน กิจกรรมตีกระดานเลนาหอยแครง ล่องเรือชมระบบนิเวศป่าชายเลน กิจกรรมแปรรูปกะปิคลองโคโคน

จุดท่องเที่ยวรอง: เขายี่สาร (ต้นลำแพน วิถีตกปูกับกระเบื้องฝ้ายด้อม)

3. เส้นทางไหว้พระเก้าวัด

ชุมชนเล็ก: ชุมชนตลาดน้ำบางน้อย

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยว: เที่ยวตลาดน้ำ เลือกซื้อสินค้าและผลไม้ท้องถิ่น ชุมชน ไหว้พระเสริมมงคล 9 วัด

จุดแวะผ่าน: วัดบางกุ้ง วัดปากน้ำ วัดบางเกาะ วัดเหมืองใหม่
วัดอินทาราม วัดเสด็จ วัดราษฎร์บูรณะ-วัดแก้วเจริญ วัดปราโมทย์

4. เส้นทางโฮมสเตย์ชุมชน

ชุมชนเล็ก: ชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: เรียนรู้วิถีมะพร้าวและ
แปรรูปมะพร้าว ทำอาหารท้องถิ่น ทำขนมไทยจากน้ำตาลมะพร้าวและ
มะพร้าว พักโฮมสเตย์ สปาเท้าจากดอกเกลือ ล่องเรือชมหิ่งห้อย ตักบาตร
พระทางน้ำยามเช้า

จุดแวะผ่าน: ตลาดบางนกแวก ค่ายบางกุ้ง วัดแค่น้อย วัดทองคู้ง
ซึ่งจากกิจกรรมปฏิบัติการร่วมกันทั้งในด้านการสำรวจลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์
ปัญหาาร่วมกัน ตอบสัมภาษณ์ให้ข้อมูล และการประชุมกลุ่มย่อย ตลอดจน
ปฏิบัติการกำหนดจุดเส้นทางแผนที่เพื่อร่วมพัฒนาส่งเสริมท่องเที่ยวาร่วมกัน
ก่อให้เกิดเครือข่ายความท่องเที่ยว ดังนี้

(1) เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนต่างพื้นที่ อย่างน้อย
3 ชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยว ในอดีตด้วยสภาพพื้นที่ของชุมชนที่อยู่ต่าง
พื้นที่กัน มีกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มชุมชนที่แตกต่างกัน ทำให้ต่างชุมชน
ต่างคิดวิธีในการสร้างรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวและช่องทางการตลาดที่
แตกต่างกันแบบ 1 ชุมชนต่อ 1 การจัดการแยกกัน แต่หลังจากที่มวิจัยได้
ปฏิบัติการชุมชนมาร่วมกัน ก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือกันระหว่าง
ชุมชนเล็กด้วยกันเอง สร้างความแข็งแกร่งจากเส้นทางเชื่อมโยง ทำการตลาด

ร่วมกันในเส้นทาง อาทิ สามชุมชนในเส้นทาง ได้แก่ ชุมชนบ้านบางกระบูน ชุมชนตลาดน้ำบางน้อย ชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์

(2) เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐกลาง ภาครัฐท้องถิ่น และชุมชน เดิมเครือข่ายที่มีของภาครัฐท้องถิ่นและชุมชน จะเป็นในลักษณะ 1 องค์การบริหารส่วนตำบลต่อ 1-2 ชุมชนในสังกัดพื้นที่ แต่เมื่องานวิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วม และรวบรวมผู้ให้ข้อมูลมาปฏิบัติการร่วมกัน ช่วยสร้างเส้นทางท่องเที่ยว สร้างสื่อดิจิทัลการตลาด เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง

(2.1) เครือข่ายระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 3 ตำบล ที่ดูแลชุมชนเล็กในเส้นทางท่องเที่ยว ร่วมมือกันพัฒนาทิศทางท่องเที่ยวและ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา เทศบาลตำบลสวนหลวง และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านปรก

(2.2) เครือข่ายระหว่างชุมชนเล็กทั้ง 3 ชุมชน และส่วนเอกชนที่เป็นจุดแวะพัก เพื่อร่วมกันทำตลาดท่องเที่ยว ตลอดจนร่วมกันทำตลาดสินค้า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์เทศกาลท่องเที่ยวร่วมกัน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือสมุนไพรรลาดใหญ่ วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลอง ศูนย์อนุรักษ์แมวไทยโบราณ วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์ตลาดน้ำท่าคาและ โรงเรียนคนทำนาเกลือ

2. ผลวิจัยด้านการพัฒนาสื่อดิจิทัล จากข้อมูลผลวิจัยในข้อแรก ที่มวิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้ปฏิบัติการร่วมกันในการพัฒนาสื่อดิจิทัล สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยจากกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน และนักวิจัย สามารถผลิตสื่อเพื่อทำการตลาดดังนี้

2.1 สื่อดิจิทัลประเภทแอปพลิเคชันท่องเที่ยว บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android System) ภายใต้ชื่อ “Go Samut Songkhram” ภายในแอปพลิเคชัน มีแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวและข้อมูลพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ การออกแบบและพัฒนาระบบพัฒนาด้วยภาษา JavaScript ภายใต้แอปพลิเคชัน หน้าแรกตามมติความเห็นด้านรูปแบบ ได้ภาพเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม สีเขียวสะท้อนถึงวิถีชาวสวนมะพร้าวของสมุทรสงคราม



Figure 2: Screenshots of the ‘Go Samut Songkhram’ application on Android.

Note. From Nitinan Srisuwan and the research team.

จากภาพที่ 2 หลักการทำงานของแอปพลิเคชัน ที่ได้นำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงชุมชนเล็ก และจุดใหญ่ทั้ง 4 เส้นทางมาลงในข้อมูลแอปพลิเคชันแล้ว การทำงานตามมติร่วมกันในการพัฒนาสื่อให้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 (หมายเลข 1 ในภาพ) เป็นส่วนที่แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทาง เมื่อคลิกเลือกเส้นทางจะมีข้อมูลท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงในเส้นทางนั้นทั้งชุมชนเล็ก กิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชน เชื่อมจุดใหญ่ และจุดแวะพักระหว่างเส้นทาง ตลอดจนโปรแกรม

ตัวอย่างรายการนำเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และปักหมุดแผนที่ชุมชน (google map) ที่เชื่อมต่อกับระบบในแอปพลิเคชันนี้

การทำงานในส่วนที่ 2 (หมายเลข 2-4) เป็นระบบที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้บริการข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ ร้านอาหาร ที่พัก สถานีตำรวจ ระบบถาม-ตอบ ปัญหาการใช้งาน และที่อยู่ข้อมูลสำหรับติดต่อชุมชน หรือติดต่อผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน

2.2 สื่อดิจิทัลประเภทคลิปวีดิทัศน์แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม เป็นการนำเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทางมาพัฒนาร่วมกัน ซึ่งในกระบวนการผลิตสื่อดังกล่าวเป็นการประสานงานร่วมกันระหว่างทีมวิจัย และชุมชน ในการคิดรูปแบบการนำเสนอได้เป็นรูปแบบ ที่มีตัวละครเป็นนักท่องเที่ยวยุววัยรุ่นแนะนำเส้นทางชุมชนเล็กที่น่าสนใจทั้ง 4 เส้นทาง กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน และเน้นการเดินทางแบบเชื่อมโยงไปตามเส้นทางที่กำหนด

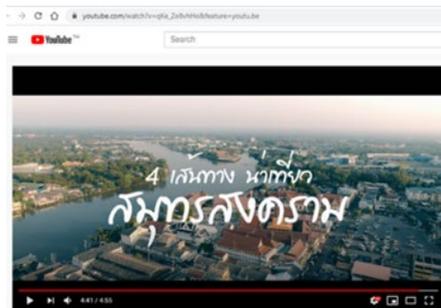


Figure 3: Video clip hosted on YouTube to promote creative tourism routes.

Note. From Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, 2023

(<https://www.youtube.com/watch?v=xJC1W1jk6Ig>)

การเผยแพร่สื่อดิจิทัลเพื่อการใช้งาน: เบื้องต้น ทีมวิจัยได้ส่งมอบงานผลผลิตวิจัย ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว แอปพลิเคชัน และสื่อวีดิทัศน์ ให้แก่องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องและชุมชน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อต่าง ๆ อาทิ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม สื่อนั่งเรือชมทิวทัศน์ทางน้ำ ดึงตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



Figure 4: Examples of news articles about the Go Samut Songkhram application.

Note. From National News Bureau of Thailand, 2021
(<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210803163446978>)

Note. From Krungthep Turakij Newspaper (bangkokbiznews), 2021
(<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/952522>)

สรุป

จากผลงานวิจัยจะเห็นได้ว่า ความสำเร็จในการแก้ปัญหา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบต่ออย่างยั่งยืน เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะเจ้าของพื้นที่คือชุมชน เป็นกุญแจสำคัญที่มีส่วนในการสำรวจพื้นที่ วิเคราะห์ปัญหา ตกผลึกทางความคิดและแนวทางการแก้ไขปัญหา ร่วมกับทีมวิจัย และร่วมกันนำพาสู่การพัฒนา ผลผลิตวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แก้ปัญหาโจทย์วิจัย และผลผลิตยังมีคุณค่าในเชิงการใช้ประโยชน์ที่ตรงตามความต้องการของชุมชน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็ก การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจุดใหญ่ เพื่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจด้านการกระจายรายได้ในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม และอาจยังผลกระทบในด้านลดปัญหาความหนาแน่นและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ ผลกระทบปลายหางของงานวิจัยในเชิงสังคม ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาคีท่องเที่ยวในสมุทรสงครามให้เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ ในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ถือเป็นแก่นหลักสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนมีบทบาทหลักเป็นเจ้าของพื้นที่ จึงต้องมีส่วนในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง และทำงานร่วมกับนักวิจัยในการทำการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับจุดหลัก เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012) และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018, p. 55) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสมดุล มีการบริหารจัดการร่วมกันโดยชุมชนเพื่อชุมชน ตลอดจนมีการรังสรรค์กิจกรรมของชุมชนโดยชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการกระตุ้นและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปในตัว ผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนท่องเที่ยว

ในมิติของเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทางตามผลวิจัย จะเห็นได้ว่าเป็นเส้นทางที่ยึดหลักความสำคัญดังนี้ (1) เป็นเส้นทางที่เน้นการประชาสัมพันธ์จุดชุมชนเล็กที่นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่รู้จัก; (2) ทุกเส้นทางจะมีการออกแบบเชื่อมต่อกับจุดใหญ่หลักที่นักท่องเที่ยวรู้จักคือ ตลาดแม่กลอง (ตลาดร่มหุบ) ตลาดน้ำอัมพวา หรือดอนหอยหลอดเพื่อการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง; (3) ทุกเส้นทางของชุมชนจะมีกิจกรรมที่เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหรือจัดเป็นประเภทการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ และ (3) ทุกเส้นทางเน้นการพัฒนาตระหนักถึงคุณค่าและการรักษาขนบดั้งเดิมหรืออัตลักษณ์พื้นที่ของตนที่เป็นจุดขายนักท่องเที่ยว

ซึ่งผลการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามมิติความสำคัญนี้สอดคล้องกับแนวหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (Designated Areas for Sustainable

Tourism Administration, 2018, p. 55) และศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012) ที่เน้นพัฒนาในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม และการพัฒนาสอดคล้องกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรมในการพัฒนา ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้พื้นที่เดิม

นอกจากนี้ การมุ่งเน้นให้แต่ละเส้นทางมีกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2006, p. 3) กล่าวถึง การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นในด้านประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับชุมชน

ในประเด็นด้านพัฒนาเครือข่ายอันเป็นผลพลอยได้จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกันในหลายฝ่ายภายใต้กระบวนการวิจัย ทำให้หลายฝ่ายได้มีโอกาสมาพบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนประเด็นในเป้าหมายเดียวกันคือ การพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ ซึ่งการรวมตัวกันเพื่อมีส่วนร่วม ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในสมุทรสงคราม ได้มีทิศทางพัฒนาท่องเที่ยวที่ดีในอนาคต ดังเช่นชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยกันยววรรณ กำเนิดสินธุ์ (Kammedsin, 2017, pp. 175-184) ผลวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพสะท้อนถึงบทบาทการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในมิติของการพัฒนา กิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม และส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดการเข้มแข็งจนได้รับรางวัลต้นแบบทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชนและทีมวิจัยในการพัฒนาร่วมกัน นับเป็นกลไกพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เข้าใกล้เทคโนโลยีมากขึ้น เริ่มเรียนรู้มองสื่อดิจิทัลนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของตน ซึ่งแนวการพัฒนาในลักษณะนี้สอดคล้องและเป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2017, pp. 33-34) ในรายละเอียดพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 ที่มีสาระสำคัญในการมุ่งเน้นสร้างสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยกับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และเน้นการส่งเสริมวิถีวัฒนธรรมไทย และในรายละเอียดกล่าวถึง การกระตุ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง สร้างความนิยมในจังหวัดเมืองท่องเที่ยวรองต่าง ๆ ผ่านการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ สร้างความนิยมท่องเที่ยวไทยให้คนไทยทุกเพศวัย ตลอดจนร่วมมือกับภาคชุมชนในการทำการตลาดท่องเที่ยว การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยทำการตลาด อาทิ แอปพลิเคชัน การบริหารจัดการข้อมูลออนไลน์ เพื่อการท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือร่วมใจของทั้งภาครัฐและเอกชน และภาคชุมชน

Acknowledgement

This research was completed with the support of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon and was funded by the National Research Council of Thailand (NRCT).

References

- Academic office: National Assembly Library of Thailand. (2018). Thai tourism in the digital era. Retrieved February 16, 2023. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=51776&filename=index
- Bangkokbiznews. (2021). 'Go Samut Sonkhram' Travel Application in Samut Sonkhram province. Retrieved Feb17, 2023. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/952522>
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10-20
- Bhawonkulkijtawee, N. (2011). The impact of the expansion of tourism business on local communities Amphawa Floating market, Samut Song khram. Master of Business Administration Program in Entrepreneurship. Nakhon Pathom: Silpakorn University
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2018). Low carbon tourism. *TAT Review*, 4(3), 54-57. Retrieved May 1, 2019. https://www.tatreviewmagazine.com/e_magazine/vol-4-no-3-july-september-2018-3/
- Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports. (2019). Samut Songkhram tourism statistics by month for 2018. Retrieved May 1, 2019. https://samutsongkhram.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=425
- Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. (2023). Travel in the secondary city of Samut Songkhram. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xJC1W1jk6Ig>
- Garbani-Nerini, E., Korkut, S., & De Ascaniis, S. (2022). Chapter 9: Better: Digital media can make tourism experiences at heritage destinations better. In *Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Hamilton, K., & Alexander, M. (2013). Organic Community tourism: A cocreated approach. *Annals of Tourism Research, 42*, 169-190.
- Hunnark, C. (2015). A Study of The Connection of Tourist Sites in Samut Songkhram province. *Valaya Alongkorn Review, 5*(2), 113-124.
- Junead, J. (2016). Development guidelines for sustainable Tourism Samut Songkhram Province. *Liberal Arts Review, 11*(21), 55-67.
- Kammedsin, K. (2017). The participation of local people in Bangnamphueng Community in managing the ecotourism and cultural tourism. *Journal of Information, 16*(1), 175-184. Retrieved May 1, 2019. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/106051>
- Keitpiriya, S., Busaman, S., Phetcaot, K., & Chaiwong, A. (2020). Secondary City Tourism Promotion with Digital Media. *Journal of MCU Nakhondhat, 7*(12), 436-449.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). Tourism development plan no. 2: 2017- 2021. Retrieved October 15, 2017. https://www.mots.go.th/download/article/article_20170320150102.pdf
- National News Bureau of Thailand. (2021). National Research Council of Thailand (NRCT) announces the application “Go Samut Songkhram”. Retrieved Feb17, 2023. <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210803163446978>
- Pencalerelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism, 22*, 455-476.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News, (23)*, 16-20.

- Sangkawan, S. (2017). The Strategies for developing Ecotourism Attractions in Samut Songkhram province. *Journal of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University*, 4(1), 1-9.
- The Thailand Community Based Tourism Institute. (2012). Community – Based Tourism – CBT. Retrieved May 1, 2019. <https://thaicomunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/>
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism. Retrieved January 12, 2018. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). Amphawa Floating Market. Retrieved February 16, 2023. <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A7%E0%B8%B2>
- Yanopas, N. (2018). Digital tourism innovation. *Journal of Kanchanaburi Rajabhat University*, 7(2), 1-8.

Authors

Nitinan Srisuwan

Lecturer in Tourism, Faculty of Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: nitinan.s@rmutp.ac.th

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Phonkanok Sringam

Lecturer in General Education, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
E-mail: phonkanok.s@rmutp.ac.th

Jenjira B.P. Sungneon

Researcher at the Institute of Research and Development
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Email: jenjila.b@rmutp.ac.th