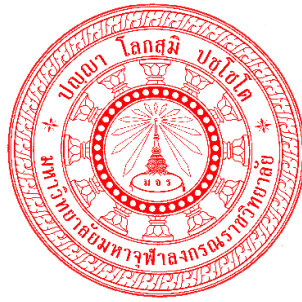




รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism
Among Youth in Chachoengsao Province

โดย

ดร.พรภิรมย์ ยอดบุญ

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์), ดร.

นายदनัย ทองบุญมา

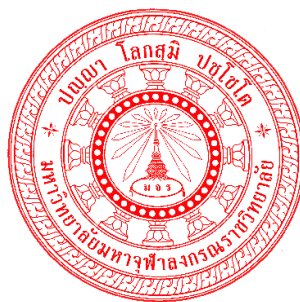
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์

วิจัยและนวัตกรรม (สกว.)

MCU RS 800767019



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism
Among Youth in Chachoengsao Province

โดย

ดร.พรภิรมย์ ยอดบุญ

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์), ดร.

นายदनัย ทองบุญมา

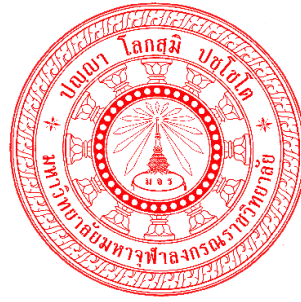
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

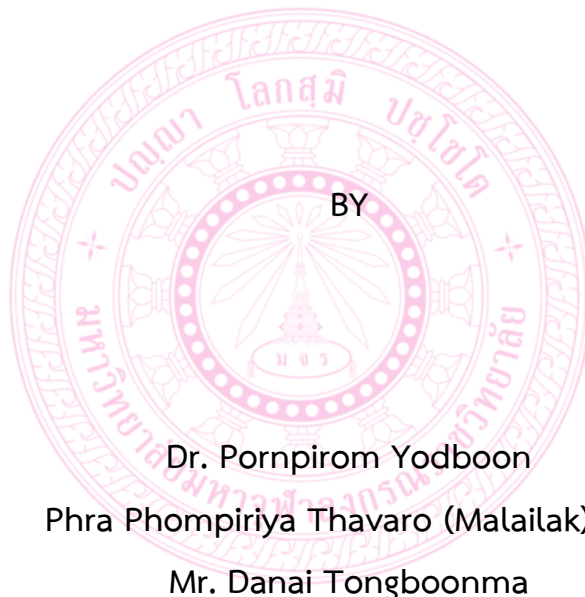
MCU RS 800767019

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism Among Youth in Chachoengsao Province



BY

Dr. Pornpirom Yodboon

Phra Phompiriya Thavaro (Malailak), Dr.

Mr. Danai Tongboonma

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Buddhasothorn

Buddhist College

B.E. 2567

Research Project Funded by Thailand Science Research and Innovation

MCU RS 800767019

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ผู้วิจัย: ดร.พรภิรมย์ ยอดบุญ, พระพรหมพิริยะ ถาวโร, ดร., นายดนัย ทองบุญมา
ส่วนงาน: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร
ปีงบประมาณ: ๒๕๖๗
ทุนอุดหนุนการวิจัย: กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเยาวชน และเพื่อเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (R&D) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว ๔๐๐ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้นำชุมชน รวม ๒๑ คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง และสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิ ๑๑ คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

๑. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย การสำรวจและรวบรวมข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ และการตลาด การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามและประเมินผล และการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน

๒. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนประกอบด้วย การวางแผนและเตรียมการ การสำรวจและประเมินสถานที่ การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ และการติดตามและประเมินผล

๓. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่าย ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : สื่อสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เยาวชน

Research Title: Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism Among Youth in Chachoengsao Province

Researchers: Dr. Pornpirom Yodboon, Phra Phompiriya Thavaro (Malailak), Dr., Mr. Danai Tongboonma

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Buddhasothorn Buddhist College

Fiscal Year: 2567/2024

Research Scholarship Sponsor: Thailand Science Research and Innovation Fund

ABSTRACT

The research project titled "The Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism among Youth in Chachoengsao Province" aims to study three key aspects: study the process of developing a database and the potential for promoting cultural tourism, develop creative media to enhance youth tourism, and strengthen learning centers and cultural tourism networks in Chachoengsao Province. The study employs the Research and Development (R&D) methodology. The sample group consists of 400 tourists and 21 key informants from government agencies, the private sector, and community leaders, selected through purposive sampling. Additionally, a focus group discussion was conducted with 11 experts. Research instruments include questionnaires and in-depth interviews. Quantitative data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation, while qualitative data were analyzed through content analysis and descriptive interpretation.

The research findings reveal that:

1. The process of developing a database and enhancing the potential for promoting cultural tourism includes data collection and surveying, the development of a digital database, infrastructure and facility improvements, the promotion of cultural tourism activities, public relations and marketing efforts, collaboration with

communities and related organizations, monitoring and evaluation, and sustainable conservation and development.

2. The development of creative media for promoting cultural tourism among youth involves planning and preparation, site surveying and assessment, historical and cultural research, youth training and media production planning, media production and filming, media review and dissemination, and monitoring and evaluation.

3. The strengthening of learning centers and networks includes assessing the current status of learning centers, developing training manuals for learning center enhancement, conducting workshops for learning center development, documenting best practices and mapping learning centers, improving cultural tour guide skills, and establishing a sustainable network.

Keywords: Creative Media, Cultural Tourism, Youth



กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และวิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ได้ส่งเสริมสนับสนุนและอนุมัติงบประมาณเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อ่าน/ตรวจสอบรายงานการวิจัยทุกท่าน ที่ช่วยให้คำแนะนำในการจัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณพระครูปริยัติวรธรรมาภรณ์, ผศ. รักษาการผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ผู้บริหาร คณาจารย์-เจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ให้การส่งเสริมบุคลากรเพื่อการพัฒนาทักษะด้านการวิจัย และขอขอบคุณพระเทพภาวนาวิจิตรคุณ วิ. เจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม พระราชวรานุรักษ์ เจ้าอาวาสวัดสมานรัตนาราม ประธานชุมชนตลาดบ้านใหม่ ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ผู้แทนชุมชน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในกระบวนการวิจัยในทุกด้าน ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วน

คุณประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการทำวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบให้เป็นความดี ความชอบแก่วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผู้แทนชุมชน วัดโสธรวราราม วรวิหาร วัดสมานรัตนาราม และตลาดบ้านใหม่ ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยทุกท่านทุกประการ

ดร.พรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ

๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

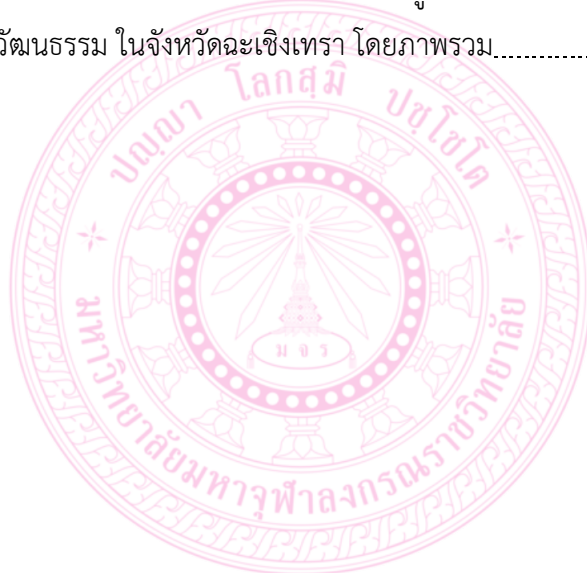
สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญแผนภาพ.....	ช
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๓
๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย.....	๓
๑.๔ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	๗
๑.๕ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	๘
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๙
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาฐานข้อมูล.....	๙
๒.๒ แนวคิดทฤษฎีการทองเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	๑๕
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	๒๓
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชน.....	๒๙
๒.๕ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media).....	๓๖
๒.๖ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้.....	๔๐
๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว.....	๔๒
๒.๘ บริบทของพื้นที่วิจัย.....	๔๕
๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๗
๒.๑๐ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๕
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๕๗
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๕๗
๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๕๗
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๙
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๖๐
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๖๕

บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๖๖
๔.๑ ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๖๖
๔.๒ ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๗๕
๔.๓ ผลการศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๘๐
๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๘๙
บทที่ ๕ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	๙๒
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๙๒
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย.....	๙๕
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๙๙
บรรณานุกรม.....	๑๐๑
ภาคผนวก.....	๑๐๙
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์.....	๑๑๐
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๑๗
ภาคผนวก ค หนังสือแนะนำ.....	๑๙๘
ภาคผนวก ง ภาพประกอบ.....	๒๑๕
ภาคผนวก จ การดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	๒๒๔
ภาคผนวก ฉ บทความวิจัย.....	๒๒๖
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	๒๔๔

สารบัญตาราง

ตารางที่ ๔.๑	แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม.....๖๗
ตารางที่ ๔.๒	ตารางที่ ๔.๒ แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการประเมินความเหมาะสมของฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยภาพรวม.....๖๙
ตารางที่ ๔.๓	ตารางที่ ๔.๓ แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ศักยภาพการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม.....๘๑



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ ๒.๑	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๖
แผนภาพที่ ๔.๑	แสดงฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๖๘
แผนภาพที่ ๔.๒	แสดงกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๗๑
แผนภาพที่ ๔.๓	แสดงกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๗๔
แผนภาพที่ ๔.๔	แสดงกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๘๐
แผนภาพที่ ๔.๕	แสดงกระบวนการส่งเสริมแหล่งการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๘๒
แผนภาพที่ ๔.๖	แสดงการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๘๘
แผนภาพที่ ๔.๗	องค์ความรู้ที่ได้จากการการวิจัย.....	๘๙

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนและระดับประเทศ^๑ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งโบราณสถาน ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิต ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Asset) เพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)^๒ แต่การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่มีศักยภาพในการเป็นสื่อกลางในการสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่สาธารณชน^๓

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดที่โดดเด่นทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม และอัตลักษณ์วิถีชุมชน ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (๑) วัดโสธรวราราม วรวิหาร ศาลหลักเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา ป้อมกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา/สวนมรุพงษ์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปีตลาดโบราณนครเนื่องเขต เขื่อนทดน้ำบางปะกง วัดปิฎลาธิราชรังสฤษฎ์ วัดสมานรัตนาราม (๒) วัฒนธรรมประเพณี ๑. ประเพณีแห่หลวงพ่อพุทธโสธร ๒. การแข่งเรือ ๓. งานสักการะพระยาศรีสุนทรโวหาร ๔. ประเพณีทำบุญล้อมบ้าน (พิธีกรรมฮีบ้านของชาวไทพวน อำเภอนมสารคาม) ๕. ประเพณีบุญข้าวหลามหรืองานเผาข้าวหลาม ๖. ประเพณีวันกตัญญูต่อสายน้ำ อำเภอบ้านโพธิ์ ๗. ประเพณีบุญบั้งไฟ อำเภอบางปะกง เป็นต้น^๔ ซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เหมาะแก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศที่มีทั้งแม่น้ำบาง

^๑ Richards, G., *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives* (2 nd ed.), (Routledge, 2018), p. 45

^๒ UNESCO, *ReShaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*, (UNESCO Publishing, 2021), p. 67.

^๓ Throsby, D., *Cultural Economics and the Creative Economy*, (Cambridge University Press, 2019), p. 112.

^๔ กองแผนและงบประมาณ, *แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕)*, องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๒).

ปะกงและป่าไม้สมบูรณ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน ลักษณะเมืองวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่ายของชุมชนเก่าแก่ ความศรัทธาของประชาชนที่มีต่อหลวงพ่อพุทธโสธรที่ศักดิ์สิทธิ์ วัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาดั้งเดิม กิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบกับจังหวัดฉะเชิงเทรามีกลุ่มเยาวชนอาสาที่มีพลังในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น แต่ยังขาดสื่อที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเยาวชนเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่น^๕

งานวิจัยของสลิตตา สาริบุตร และ ญัฐพงษ์ สิบญะเรื่อง^๖ ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนียั่งยืน พบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสามารถเพิ่มความสนใจและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะแผ่นพับและสื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ แม็คเคอร์เชอร์ และดู คอส (McKercher & du Cros)^๗ ยังพบว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนจึงเป็นแนวทางสำคัญในการกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และสามารถถ่ายทอดมรดกวัฒนธรรมให้แก่คนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีเป้าหมายในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการผลิตสื่อ และการสร้างเครือข่ายการเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การสร้างสื่ออินเตอร์แอคทีฟ (Interactive Media) หรือแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีข้อมูลเชิงลึก รวมถึงการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น YouTube, TikTok และ Facebook ในการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เยาวชนถือเป็นกลุ่มประชากรที่มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว การให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) และสร้างเครือข่ายในการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านช่องทางดิจิทัลที่เยาวชนคุ้นเคย^๘

^๕ Smith, M. K., *Issues in Cultural Tourism Studies* (3rd ed.), (Routledge, 2020), p. 89.

^๖ สลิตตา สาริบุตร และ ญัฐพงษ์ สิบญะเรื่อง. (2566). การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนียั่งยืน: ศึกษากรณีชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานี. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 29(1), 67-85.

^๗ McKercher, B., & du Cros, H., *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (2nd ed.), (Routledge, 2020), p. 134.

^๘ Throsby, D., *Cultural Economics and the Creative Economy*, (Cambridge University Press, 2019), p. 118.

ตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จ เช่น โครงการ “เยาวชนสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน” ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลการวิจัยของ UNESCO^๙ ระบุว่า โครงการลักษณะนี้สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมได้ถึง ๔๐ เปอร์เซ็นต์

จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา จะสามารถเพิ่มผลผลิต/รายได้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์ และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำ และส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่มีจิตสำนึกรักบ้านเกิด รับผิดชอบต่อคุณค่าและสืบสานภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้คงอยู่ตลอดไป

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๒.๒ เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วยโครงการภายใต้แผนงาน จำนวน ๓ โครงการ ดังนี้

โครงการที่ ๑ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^๙ UNESCO, Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good, (UNESCO Publishing, 2021), p. 89.

โครงการที่ ๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย
เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

โครงการที่ ๓ การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

แต่ละโครงการมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการที่ ๑ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคด้านฐานข้อมูลและ
ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพ
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสนอกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูล
และศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการ
พัฒนาฐานข้อมูล แนวคิดการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดศักยภาพการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โครงการที่ ๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพื่อศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการสื่อสาร แนวคิดสื่อสร้างสรรค์ แนวคิดการพัฒนาเยาวชน และ
แนวคิดความพึงพอใจ

โครงการที่ ๓ การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้และเครือข่าย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่าย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสนอกระบวนการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้
และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับแหล่ง
เรียนรู้ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่าย

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โครงการที่ ๑ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๔๗๐,๖๔๗ คน^{๑๐}

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา ในช่วงเดือนเมษายน ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ จำนวน ๔๐๐ คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยมีการคำนวณขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดของทาโร ยามาเน (Taro Yamane)^{๑๑} คำนวณกลุ่มตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น ๙๕%

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ ๗ รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๒๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)^{๑๒}

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๓ คน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๖ คน ตัวแทนกลุ่มนักวิชาการ จำนวน ๒ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

โครงการที่ ๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^{๑๐} สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา, สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เดือนกันยายน ๒๕๖๖, ออนไลน์, เข้าถึงจาก https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/chachoengsao/download/article/article_20231102143853.jpg (๓ มีนาคม ๒๕๖๗).

^{๑๑} Taro Yamane, *Statistics: an introductory analysis*, (New York: New York: Harper & Row, 1973).

^{๑๒} Creswell, J. W., *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.), (SAGE Publications, 2013).

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ (In-depth interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๔ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๒ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๑ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อ จำนวน ๑๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๒๗ คน

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน โดยการรับสมัคร โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้เยาวชนสามารถพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราได้

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน ๒ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๗ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๖ คน ๔) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ จำนวน ๑ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ตัวแทนผู้ใช้สื่อ (บุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา) จำนวน ๑๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๑๖ คน

โครงการที่ ๓ การเสริมสร้างการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน ๗ รูป/คน วัดสมานรัตนาราม จำนวน ๗ รูป/คน และตลาดบ้านใหม่ จำนวน ๗ รูปคน

ระยะที่ ๒ เสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จัดทำคู่มือการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา แหล่งการเรียนรู้ที่สามารถสะท้อนประวัติศาสตร์ความเชื่อและวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปะ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม รับสมัครได้ก็ตามคุณสมบัติที่ตั้งไว้

อายุระหว่าง ๑๕-๒๕ ปี อบรมถอดบทเรียนการทดลองเด็กเยาวชนให้เป็นไกด์ และเปิดรับสมัครเครือข่ายยังไกด์

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยการสนทนากลุ่มเป้าหมาย (focus group) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับวัด ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในพื้นที่ ผู้ให้บริการ รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๑ รูป/คน

๑.๓.๓ พื้นที่และระยะเวลาการศึกษา

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ๑) ชุมชนวัดโสธรวราราม วรวิหาร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒) ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ๓) ชุมชนวัดสมานรัตนาราม ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

ระยะเวลาในการศึกษา รวมทั้งสิ้น ๑๗ เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

๑.๔ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ฐานข้อมูล หมายถึง ที่เก็บและรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นคำ ตัวเลข รูปภาพ วิดีโอ และไฟล์

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในแง่ของความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประยุกต์ใช้เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์องค์ประกอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๓ ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ ให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

สื่อสร้างสรรค์ หมายถึง สื่อที่ใช้การออกแบบด้วยการริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วยสื่อหลายชนิด ได้แก่ สิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความรู้ ความเข้าใจอัตลักษณ์วิถีการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา

การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ระหว่างองค์กรของรัฐ ชุมชนที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลพื้นฐานของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป ในเรื่องวัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและเรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ

การเสริมสร้างเครือข่าย หมายถึง การเชื่อมโยงในระดับบุคคล องค์กร กลุ่ม หรือสถาบันที่มีกิจกรรมคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน และมีความสนใจที่จะสร้างสรรค์หรือสนับสนุนงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมกันเชื่อมต่อภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผ่านองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๑.๕ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๕.๑ ได้กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๕.๒ ได้สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๖.๓ ได้เสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา



บทที่ ๒

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งในการนำเสนอการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบและประเด็นการวิจัย โดยแยกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาฐานข้อมูล
- ๒.๒ แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- ๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- ๒.๔ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์
- ๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชน
- ๒.๖ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้
- ๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ๒.๘ บริบทของพื้นที่วิจัย
- ๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๑๐ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาฐานข้อมูล

๒.๑.๑ ความหมายของการพัฒนาฐานข้อมูล

เอลมาสรีและนาวาเธ (Elmasri & Navathe) อธิบายว่า การพัฒนาฐานข้อมูล เป็นกระบวนการออกแบบและพัฒนาโครงสร้างฐานข้อมูลให้เหมาะสมกับการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูล เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรหรือระบบสารสนเทศ^๑

คอนโนลลีและเบกก์ (Connolly & Begg) ได้กล่าวว่า การพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวข้องกับหลายขั้นตอน เช่น การวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Analysis) การออกแบบเชิง

^๑ Elmasri, R., & Navathe, S. B., *Fundamentals of Database Systems* (7th ed.), (Boston: Pearson, 2016), p. 95.

ตรรกะ (Logical Design) และการออกแบบเชิงกายภาพ (Physical Design) เพื่อให้ฐานข้อมูลสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๒

ซิลเบิร์ตซาชส์ คอร์ท และซูดาร์ชาน (Silberschatz, Korth, & Sudarshan) อธิบายว่า การพัฒนาฐานข้อมูล เป็นกระบวนการที่รวมถึงการออกแบบโครงสร้างข้อมูล การบริหารจัดการธุรกรรม และการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบฐานข้อมูล^๓

เดท (Date) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการพัฒนาฐานข้อมูลว่า เป็นศาสตร์ที่รวมถึงการออกแบบข้อมูล การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล และการดูแลความถูกต้องของข้อมูล (Data Integrity)^๔

สรุปได้ว่า การพัฒนาฐานข้อมูลเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบโครงสร้างไปจนถึงการบริหารจัดการเพื่อให้ระบบฐานข้อมูลสามารถรองรับการทำงานขององค์กรหรือระบบสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

๒.๑.๒ การจัดการฐานข้อมูล

การจัดการฐานข้อมูล (Database Management) ฐานข้อมูล (Database) เป็นศูนย์รวมของข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยจะมีกระบวนการจัดหมวดหมู่ข้อมูลอย่างมีระเบียบแบบแผน ก่อให้เกิดฐานข้อมูลที่เป็นแหล่งรวมข้อมูล จากแผนกต่าง ๆ ที่ถูกนำมาจัดเก็บรวมกันไว้ภายใต้ฐานข้อมูลเพียงชุดเดียวระบบฐานข้อมูล (Database System) เป็นระบบที่รวบรวมกลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไว้ด้วยกันและสามารถใช้ความสัมพันธ์นั้น ๆ ได้อย่างมีระบบ ในระบบฐานข้อมูลประกอบด้วยแฟ้มข้อมูลหลายแฟ้มที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน อย่างเป็นระบบและเปิดโอกาสผู้ใช้สามารถใช้งานและดูแลรักษาป้องกันข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีซอฟต์แวร์ที่เปรียบเสมือนสื่อกลางระหว่างผู้ใช้และโปรแกรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ฐานข้อมูล ซึ่งเรียกว่า ระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ DBMS (Database Management System) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายสะดวกและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับฐานข้อมูลได้โดยผ่านชุดคำสั่ง SQL หรือนาชุดคำสั่ง SQL ไปผนวกลงในโปรแกรมประยุกต์เพื่อใช้งานร่วมกับโปรแกรมที่เขียนขึ้นก็ได้เช่น ได้เขียนโค้ดโปรแกรมด้วยภาษา Visual Basic หรือ

^๒ Connolly, T., & Begg, C. Database Systems: A Practical Approach to Design, Implementation, and Management (6th ed.). Harlow: Pearson. (2015). p. 120.

^๓ Silberschatz, A., Korth, H. F., & Sudarshan, S. Database System Concepts (7th ed.). (New York: McGraw-Hill, 2020), p. 185.

^๔ Date, C. J., An Introduction to Database Systems (8th ed.), (Boston: Addison-Wesley, 2019), p. 210.

PHP ซึ่งภายในโปรแกรมมีโมดูลประมวลผลต่าง ๆ พร้อมกับโมดูลที่ใช้โต้ตอบกับ ฐานข้อมูลด้วยชุดคำสั่งภาษา SQL^๕

๑. รูปแบบของระบบฐานข้อมูลแบ่งเป็น ๓ ประเภท คือ

๑) ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Database) เป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบที่เป็นตาราง (Table) หรือเรียกว่า รีเลชัน (Relation) มีลักษณะเป็น ๒ มิติ คือเป็นแถวและ เป็นคอลัมน์ การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตารางจะเชื่อมโยงโดยใช้แอททริบิวต์ (Attribute) หรือ คอลัมน์ที่เหมือนกันทั้งสองตารางเป็นตัวเชื่อมโยงข้อมูล

๒) ฐานข้อมูลแบบลำดับชั้น (Hierarchical Database) เป็น โครงสร้างที่ จัดเก็บข้อมูลในลักษณะความสัมพันธ์แบบพ่อ ลูก หรือเป็นโครงสร้างรูปแบบ ต้นไม้ Tree ข้อมูล ที่จัดเก็บในที่นี้ คือ ระเบียบ (Record) ซึ่งประกอบด้วยค่าของเขตข้อมูล Field ของ เอนทิตีหนึ่งๆ

๓) ฐานข้อมูลแบบเครือข่าย (Network Database) เป็นการรวมระเบียบ ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ระหว่างระเบียบแต่จะต่างกับฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์คือ ในฐานข้อมูลเชิง สัมพันธ์จะแฝงความสัมพันธ์เอาไว้ โดยระเบียบที่มีความสัมพันธ์กัน จะต้องมียาของข้อมูลในแอท ทริบิวต์หนึ่งที่เหมือนกันแต่ฐานข้อมูลแบบเครือข่าย จะแสดงความสัมพันธ์ อย่างชัดเจน

๒. ความสัมพันธ์

ความสัมพันธ์ (relationship) เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเอนทิตีที่มีความสัมพันธ์กันว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยในอี-อาร์ไดอะแกรมใช้สัญลักษณ์รูป สี่เหลี่ยมข้าวหลามตัดที่มีชื่อของความสัมพันธ์นั้นๆ กับอยู่ภายใน และเชื่อมต่อกับเอนทิตีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ด้วยเส้นตรง

๑) ความสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อหนึ่ง (one to one relationship หรือ 1:1) คือข้อมูลในเอนทิตีหนึ่ง ที่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลในอีกหนึ่งเอนทิตีเพียงข้อมูลเดียว ตัวอย่างเช่น นักศึกษาแต่ละคนจะมีสูติบัตรได้เพียงใบเดียวเท่านั้น และสูติบัตรหนึ่งใบก็เป็นของนักศึกษาได้ เพียงคนเดียวเท่านั้นเช่นกัน

๒) ความสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อกลุ่ม (one to many relationship หรือ 1:M) หมายถึง ข้อมูลในเอนทิตีหนึ่ง มีความสัมพันธ์กับข้อมูลในอีกหนึ่งเอนทิตีมากกว่าหนึ่งข้อมูล ตัวอย่างเช่น ลูกค้านึงคนมีใบเสร็จได้หลายใบ เนื่องจากลูกค้าหนึ่งคนอาจมาซื้อสินค้าหลายครั้ง แต่ใบเสร็จหนึ่งใบต้องเป็นของลูกค้าเพียงคนเดียวเท่านั้น

^๕ สิทธีชัย ชูสำโรง, เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการจัดการฐานข้อมูลและฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศ ๑๐๔๓๓๓, (พิษณุโลก, ๒๕๕๙), หน้า ๑๑-๑๓.

๓) ความสัมพันธ์แบบกลุ่มต่อกกลุ่ม (many to many relationship หรือ M:M) หมายถึง ข้อมูลมากกว่าหนึ่งข้อมูลในเอนทิตีหนึ่ง มีความสัมพันธ์กับข้อมูลในอีกหนึ่งเอนทิตี มากกว่าหนึ่งข้อมูล ตัวอย่างเช่น นักศึกษาหนึ่งคนสามารถลงทะเบียนเรียนได้หลายวิชา และวิชาแต่ละวิชามี นักศึกษาลงทะเบียนเรียนได้หลายคน

๒.๑.๓ Open Source

เป็นซอฟต์แวร์ประเภทฟรีอีกชนิดหนึ่งโดยจะเปิดให้ผู้ใช้สามารถเห็น Source Code ของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น หรือนำเอาโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์นั้น ๆ ไปพัฒนาต่อ ยอดในแนวทางของอื่น ๆ ก็ได้แต่ก็ต้องอยู่ภายใต้ข้อตกลงและข้อกำหนดของผู้พัฒนา Open Source อาจเรียกได้อีกแบบว่า “ซอฟต์แวร์เสรี” ซึ่งไม่มีข้อจำกัดในการนำไปใช้งาน Open Source ยังรวมไปถึงระบบปฏิบัติการ Linux ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ใช้งาน รวมถึงมีนักพัฒนาระบบทั้งหลายนำเอา Linux มาสร้างประโยชน์ให้สังคมออนไลน์มากมาย ไม่ว่าจะนำเอาไป Config เป็น Web Server ที่นำเอาซอฟต์แวร์เสรีอย่างเช่น PHP และ Posgre SQL รวม ไปถึง phppg Admin มาใช้งาน ซอฟต์แวร์เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นซอฟต์แวร์ Open Source ด้วยกันทั้งสิ้น แต่ถ้าเป็นซอฟต์แวร์ Open Source ในฝั่งของระบบปฏิบัติการ Windows เช่น โปรแกรมเว็บ เบราวเซอร์ Firefox ก็ถือว่าเป็นซอฟต์แวร์ Open Source ที่สามารถนำเอา Source Code มาพัฒนาต่อยอดได้เองเช่นกัน^๖

๒.๑.๔ ระบบจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ (Content Management System: CMS)

WordPress คือระบบจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ (Content Management System: CMS) ที่ได้รับอนุญาตภายใต้ GPLv2 ซึ่งหมายความว่าทุกคนสามารถใช้หรือแก้ไขซอฟต์แวร์ WordPress ได้ฟรี ทำให้ทุกคนสามารถสร้างเว็บไซต์ได้ด้วยตัวเอง WordPress เป็นแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับเว็บไซต์ที่เน้นนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาเป็นหลัก เช่น เว็บไซต์บล็อก เว็บไซต์ข่าว เว็บไซต์ธุรกิจ เป็นต้น ส่วนเว็บไซต์ประเภทที่มีความซับซ้อนของระบบมากกว่า เช่น เว็บไซต์ Marketplace หรือเว็บไซต์ที่จำเป็นต้องใช้ปลั๊กอินหรือส่วนเสริมจำนวนมาก อาจต้องสร้างเว็บไซต์ในรูปแบบอื่นแทนเพื่อป้องกันไม่ให้เว็บไซต์เกิดความผิดพลาดในการแสดงผลได้นอกจากนี้ WordPress ยังมีธีมและปลั๊กอินให้เลือกใช้กว่า ๖๐,๐๐๐ ตัวทั้งแบบฟรีและแบบพรีเมียม ช่วยให้คุณสามารถออกแบบและปรับแต่งเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของแบรนด์และธุรกิจของคุณได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องมีความรู้หรือทักษะด้านการเขียนโค้ดมาก่อน^๗

^๖ เจ าะ ลี ก Open Source (โอ อี เอน ซ อ ร์ ซ) , <<https://downloaddd.in.th/knowledge/computer/open-source/>>, ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖.

^๗ Cotactic Media Digital Marketing Agency, WORDPRESS คืออะไร? ทำไมส่วนใหญ่จึงนิยมใช้สร้างเว็บไซต์ (๒๐๒๓), <<https://www.cotactic.com/blog/what-is-wordpress/>>, ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖.

๒.๑.๕ ภาษา HTML

HTML ย่อมาจาก HyperText Markup Language เป็นภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้สร้างหน้าเว็บ (Web Page) ในรูปแบบของไฟล์ HTML (คือไฟล์ที่มีนามสกุลเป็น .htm หรือ .html) ซึ่งมีเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เป็นโปรแกรมที่ใช้แปลงไฟล์ HTML เพื่อแสดงผลในรูปแบบของหน้าเว็บไฟล์ HTML เป็นไฟล์รหัสแอสกี (ASCII) ถูกบันทึกในรูปแบบของไฟล์เอกสาร (Text File) ที่สามารถถูกสร้างจากโปรแกรมสร้างไฟล์ข้อความ (Text Editor) เช่น Notepad หรือ Word Processing ทั่ว ๆ ไป ซึ่งลักษณะของไฟล์ HTML ประกอบไปด้วยแท็ก (Tag) ต่างๆ ที่เป็นคำสั่งของ HTML ซึ่งแท็กจะอยู่ภายในเครื่องหมาย < และ > แท็กใน HTML แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ คอนเทนเนอร์แท็ก (Container Tag) และแท็กเปล่า (Empty Tag) โดยที่คอนเทนเนอร์แท็ก ประกอบไปด้วยแท็กเปิดและแท็กปิด โดยที่แท็กปิดจะมีเครื่องหมาย / นำหน้าแท็ก เช่น <H1> . . . </H1> ส่วนแท็กเปล่าจะมีแท็กเปิดอย่างเดียว เช่น <HR> ซึ่งแท็กจะถูกเขียนด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ หรือพิมพ์เล็กก็ได้ จะไม่มีผลต่อการแสดงผลของเว็บเบราว์เซอร์ เช่น
,
,
 หรือ
 เว็บเบราว์เซอร์จะแปลความหมายเหมือนกัน

โครงสร้างไฟล์ HTML แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนหัวเรื่อง (Head Section) และส่วนเนื้อหา (Body Section) โดยจะมีแท็ก <HTML> และ </HTML> เป็นตัวกำหนดขอบเขตไฟล์ ซึ่งส่วนหัวเรื่อง มีไว้กำหนดข้อมูลเฉพาะของหน้าเว็บ เช่น ชื่อเรื่องของเว็บภายในแท็ก <HEAD> และ </HEAD> และสำหรับส่วนเนื้อหามีไว้กำหนดรายละเอียดต่างๆ ที่ต้องการแสดงบนหน้าเว็บเช่น ข้อความ และรูปภาพภายในแท็ก <BODY> และ </BODY> ในปัจจุบัน แม้ว่าจะมีโปรแกรมประยุกต์สำหรับหน้าเว็บต่าง ๆ ออกมามากมาย เพื่อสร้างความสะดวกในการสร้างหน้าเว็บให้กับผู้ใช้ ด้วยการแปลงสิ่งที่ผู้ใช้ออกแบบหน้าเว็บ ให้เป็นไฟล์ HTML โดยที่ผู้สร้างหน้าเว็บ ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับ HTML แต่โปรแกรมประยุกต์ดังกล่าว มักจะแปลงสิ่งที่ออกแบบให้เป็นคำสั่ง HTML ที่มากเกินไปจนความจำเป็น ทำให้ไฟล์ HTML มีขนาดใหญ่ และมีผลทำให้เวลาในการแสดงผลหน้าเว็บ ในเว็บเบราว์เซอร์นานขึ้น ดังนั้น การเรียนรู้ HTML ยังเป็นสิ่งที่จำเป็น นอกจากจะใช้สร้างหน้าเว็บแล้ว ยังสามารถใช้ในการแก้ไขเนื้อหาหน้าเว็บที่มีอยู่แล้ว โดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมประยุกต์ใด รวมทั้งสามารถเพิ่มสีสัน และความน่าสนใจให้กับหน้าเว็บ ด้วยการแทรกสคริปต์ต่าง ๆ ลงในไฟล์ HTML ได้อีกด้วย^๔

^๔ พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, “HTML: ภาษาเขียนเว็บ”, วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๓๑(๓) (๒๕๕๔): หน้า ๑๙๙-๒๐๒.

๒.๑.๖ PHP

PHP ย่อมาจากคำว่า PHP Hypertext Preprocessor แต่สมัยก่อนย่อมาจากคำว่า Personal Home Page Tools เป็นโปรแกรมภาษาคอมพิวเตอร์ระดับสูง ประเภท Scripting Language ซึ่งภาษาประเภทนี้เก็บคำสั่งต่าง ๆ ในไฟล์ที่เรียกว่า Script และเวลาใช้งานต้องอาศัยตัวแปลชุดคำสั่ง โดยมีรากฐานโครงสร้างคำสั่งมาจากภาษาซี (C Programming Language) ภาษาจาวาสคริปต์ (JavaScript) และ ภาษาเพิร์ล (Practical Extraction and Report Language)

PHP สามารถใช้งานได้ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสามารถสูง และมีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี จากเว็บไซต์ <http://php.net/>

ลักษณะของ PHP แตกต่างจากภาษาสคริปต์แบบอื่น ๆ เพราะ PHP ได้รับการพัฒนาและออกแบบมาเพื่อใช้งานในการสร้างเอกสารแบบ HTML สามารถสอดแทรกหรือแก้ไขเนื้อหาได้อัตโนมัติ ดังนั้น PHP จึงเป็นภาษาที่เรียกว่า Server-Side หรือ HTML-Embedded Scripting Language สามารถประมวลผลตามคำสั่งและแสดงผลลัพธ์เป็นเว็บเพจตามที่ต้องการ ถือได้ว่า PHP เป็นเครื่องมือที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ช่วยให้เราสามารถสร้าง Dynamic Web Pages (เว็บเพจที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีลูกเล่นมากขึ้น

PHP เกิดขึ้นมาจากกลุ่มนักพัฒนาที่มีการเปิดเผยโค้ดต้นฉบับ ดังนั้น PHP จึงมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและแพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อใช้ร่วมกับ Apache Web Server, ระบบปฏิบัติการ เช่น Linux หรือ FreeBSD เป็นต้น ในปัจจุบัน PHP สามารถใช้ร่วมกับ Web Server หลาย ๆ ตัวบนระบบปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น Windows 95/98/NT เป็นต้น

PHP เป็นภาษาสคริปต์ (Scripting Language) คำสั่งต่าง ๆ จะเก็บในรูปแบบของข้อความ (Text) อาจเขียนแทรกอยู่ภายในภาษา HTML หรือถูกเขียนอย่างอิสระ แต่ในการใช้งานจริงมักใช้งานร่วมกับภาษา HTML ดังนั้นการเขียนโปรแกรมด้วยภาษา PHP ต้องมีความรู้ด้านภาษา HTML เป็นอย่างดีจึงสามารถเขียนโปรแกรมได้สมบูรณ์แบบ อย่างไรก็ตามเราสามารถใช้อุปกรณ์ประยุกต์มาช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างงานได้เช่นกัน เช่น Macromedia, Dreamweaver หรือโปรแกรมประเภท Editor ต่าง ๆ เช่น Edit Plus เป็นต้น ซึ่งโปรแกรมเหล่านี้จะช่วยจำแนกคำสั่งต่าง ๆ ด้วยสีที่แตกต่างกันออกไป เช่น คำสั่ง คำทั่วไป ตัวแปร ฯลฯ เพื่อความสะดวกในการสังเกตและยังมีตัวเลขบอกบรรทัดทำให้สะดวกในการแก้ไขมากขึ้นอีกด้วย

PHP จึงเหมาะสำหรับการจัดทำเว็บไซต์และสามารถประมวลผลออกมาในรูปแบบ HTML โดยเป้าหมายหลักของภาษา PHP คือให้นักพัฒนาเว็บไซต์สามารถเขียนเว็บเพจ ที่มีความตอบโต้ได้อย่างรวดเร็ว^๙

๒.๒ แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๒.๑ ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างระบบให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม คงรักษาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวในฐานะที่ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ อันประกอบไปด้วย ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน^{๑๐}

นอกจากนี้ Jafari ได้นำเสนอแนวคิดสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นธุรกิจสร้างรายได้ โดยการจะพัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืนนั้นต้องอาศัยทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวช่วยก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม และกระตุ้นให้มีการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ในปี พ.ศ. ๒๕๒๓ ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ต่อมาได้เกิดการวิกฤตสิ่งแวดล้อม และต้นตอต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจึงเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรูปแบบคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่รัฐบาล และเอกชนให้ความสนใจและพร้อมสนับสนุนเป็นอย่างมาก โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้เกิดจากความต้องการของคนทั่วโลก ที่อยากปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

^๙ Thanatcha Veeravattanayothin, PHP คืออะไร? มาทำความรู้จักภาษาคอมพิวเตอร์ที่ได้รับความนิยมและวิธีติดตั้งบน Ubuntu, <<https://blog.openlandscape.cloud/php-ubuntu>>, ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖.

^{๑๐} สินธุ์ สโรบล และคณะ, การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน, ประชาคมวิจัย, ๑๐(๕๗), (๒๕๕๗), หน้า

ในขณะที่ห้องเที่ยว โดยเริ่มจากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนขยายตัวไปทั่วโลก ซึ่งความต้องการนี้เกิดขึ้นทั้งกับนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ^{๑๑}

๑. ความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่อยากแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้น ไม่ใช่เพื่อความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว

๒. ความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น ที่อยากพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น และยังสามารถกระจายรายได้ไปให้ทั่วถึง เป็นประโยชน์ทั้งกับชุมชนในท้องถิ่น และเศรษฐกิจ

ความต้องการข้างต้น ทำให้เกิดเป็นกระแสที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการจัดการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อม และพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ ประเทศแคนาดา ในเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๓๕ โดยมีข้อสรุปว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อที่ปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม และเอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆไว้ ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่นกรอบแนวคิด และแนวทางการปฏิบัติให้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้นำไปสู่การประชุมครั้งสำคัญ ณ ประเทศบราซิล ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๕๓๕ พร้อมทั้งที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม^{๑๒} ต่อมาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็ได้รับการตอบสนองที่ดีจากทั้งของภาครัฐ และเอกชน รวมถึงก่อให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว ๓ ประการ ดังนี้^{๑๓}

๑. ประชาชนทั่วโลกเกิดสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนานาชาติ

๒. ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือการศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยว มากกว่าการมาเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว อีกทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

๓. ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในสถานที่ของตน เพื่อให้การพัฒนานั้นเป็นไปอย่างถูกต้อง และชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ มีการกระจายรายได้กว้างกว่าเดิมยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เน้นเอาทุนทางวัฒนธรรมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจ และเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงกระแสความ

^{๑๑} Jafari อ้างถึงใน ชนัญ วงษ์วิภาค, ชนัญ วงษ์วิภาค, การท่องเที่ยววัฒนธรรม, (กรุงเทพมหานคร: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๒), หน้า ๒๓-๒๔.

^{๑๒} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, ๒๕๔๘).

^{๑๓} วราวุธ ช่วงชัย, “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ย่านท่าช้าง – ท่าพระจันทร์”, วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๓).

ต้องการประชาชนทั่วโลก นักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นที่เห็นถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศและวัฒนธรรม จนได้พัฒนามาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน

๒.๒.๒ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยผู้ที่ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธาความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้^{๑๔}

นุชนารถ รัตนสูงศ์ชัย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้แรงบันดาลใจให้เดินทางหรือถูกการกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อการเรียนรู้ ค้นหาประสบการณ์ใหม่ โดยความตระหนักในคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนชนบทธรรมเนียมประเพณี และกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมระหว่างกันเพื่อให้เกิดดุลยภาพ อย่างยั่งยืน^{๑๕}

วัลลภ ทองอ่อน ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ว่าเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถาน ศาสนา งานประเพณี วิถีชีวิตชุมชน จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้ ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน และต้องเคารพวัฒนธรรมของกันและกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดมิตรภาพความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมของชุมชน และคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคลในชุมชนนั้นๆ โดยให้นิยามที่สรุป^{๑๖}

บุญยสฤกษ์ อเนกสุข ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่นำสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product) ในความหมายของการใช้

^{๑๔} กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๗), หน้า ๒.

^{๑๕} นุชนารถ รัตนสูงศ์ชัย, กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (ม.ค.-มิ.ย. ๒๕๕๔), หน้า ๓๑-๕๐,

^{๑๖} วัลลภ ทองอ่อน, การเชื่อมโยงทางพื้นที่ของการท่องเที่ยวเขตมรดกโลกกลุ่มเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวารด้วยการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และการสร้างคู่มือการท่องเที่ยว, การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ ๕, (นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, ๒๕๕๘), หน้า ๒๐.

ทุนทาง ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี ฝังตัวในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว^{๑๗}

ทองคำ ดวงจันทร์ เพ็ชร และคณะ กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผู้มาเยือนต้องการสัมผัสถึงวัฒนธรรมอันแท้จริง ความแตกต่างของวิถีชีวิต วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของท้องถิ่นที่ไปเยือน และการได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันละกัน ระหว่างเจ้าของท้องถิ่นและผู้มาเยือน เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม หรือเข้าร่วมประเพณี เทศกาล ของท้องถิ่นที่ไปเยือน การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา เรื่องราว และงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น โดยเมืองที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้นั้นควรมีองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน ป้ายรถโดยสาร สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงซากผังเมืองในอดีต ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆดนตรีพื้นบ้าน การแสดงละคร และมหรสพ ภาษาและวรรณกรรม ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวว่ามีผลต่อเศรษฐกิจในสังคมของตนเสียก่อน เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ย่อมคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้งเสมอ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์จึงสำคัญยิ่ง เงินลงทุน แรงงาน รวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้คนในชุมชนเจ้าของถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น หากสามารถสร้างความเข้าใจแก่คนในชุมชนได้ว่า การท่องเที่ยวและการบริการเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่นมากที่สุด เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ทั้งในทางตรงและทางอ้อม กรรรักษาวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นไว้จะเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวจะทำให้คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกในความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรของแต่ละท้องถิ่นได้^{๑๘}

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้อธิบายหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ดังนี้^{๑๙}

^{๑๗} บุญยสฤกษ์ อเนกสุข, ยล เยี่ยม เยื่อน เห้ย้า แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยเนตรศวร, ๒๕๕๙), หน้า ๑๖.

^{๑๘} ทองคำ ดวงจันทร์ เพ็ชร และคณะ, การพัฒนาศักยภาพของชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไทย – ลาว, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่, ๒๕๖๑), หน้า ๓๖.

^{๑๙} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ดีไซน์, ๒๕๕๘), หน้า ๒๘๖-๒๘๘.

๑. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญคุณค่าประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อเป็นข้อมูลในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชมของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

๒. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงดูดชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทน เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่งการขายของที่ระลึก เป็นต้น

๓. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

๔. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และคนในท้องถิ่นของตนเองด้วย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงบันดาลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางเพื่อสังเกตเรียนรู้ รับประสบการณ์ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถาน ศาสนา งานประเพณี วิถีชีวิตชุมชน จากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมเช่น โบราณสถาน วัด ปราสาท พระราชวัง โบราณวัตถุประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และรวมถึงสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และการดำเนินชีวิตของบุคคล และสัมผัสถึงวัฒนธรรมอันแท้จริง ความแตกต่างของวิถีชีวิต วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของท้องถิ่นที่ไปเยือนและการได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันละกัน

๒.๒.๓ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้อธิบายประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวและเป็นการเดินทางชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ ให้มีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อยู่บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของชุมชนท้องถิ่น โดยระบุไว้ ๕ ประเภท ดังนี้^{๒๐}

^{๒๐} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, หน้า ๒๘๖-๒๘๘.

๑. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชม และได้รับความเพลิดเพลิน ได้รับความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดีของท้องถิ่น

๒. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน ที่คนในท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อเพลิดเพลินในสุนทรียศิลป์ รวมถึงการศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

๓. การท่องเที่ยววิถีชีวิต/หมู่บ้านชนบท (Rural / Village Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและมีผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษโดดเด่นให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ด้านภูมิปัญญาพื้นบ้านและเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม

๔. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวออกกำลังกายหรือแข่งขันกีฬา ในรูปแบบของรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ที่มีความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

๕. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีการส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูร่างกาย เช่น การนวดตัว นวดเท้าแบบไทย การอบประคบสมุนไพร ผักกายใจและบริหารจัดการ ผักสมาธิ เป็นต้น เป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้นักท่องเที่ยว

สุดชีวัน นันทวัน ณ ออยุธยา ได้แบ่งความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็นตามสถานที่การท่องเที่ยวดังนี้ ๑. เป็นการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ๒. เป็นการท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างรวมถึงซากผังเมืองในอดีต ๓. เป็นการท่องเที่ยวแหล่งศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ ๔. เป็นการท่องเที่ยวความน่าสนใจทางดนตรี ๕. เป็นการท่องเที่ยว ชมการแสดงละคร ภาพยนตร์มหรสพต่าง ๆ ๖. เป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาษาและวรรณกรรม ๗. เป็นการท่องเที่ยวทางแหล่งประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ๘. เป็นการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย^{๒๑}

ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ในคู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเสนอต่อการท่องเที่ยว

^{๒๑} สุดชีวัน นันทวัน ณ ออยุธยา, การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๑), หน้า ๑๖.

แห่งประเทศไทย โดยแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวถาวรตลอดปี อย่างสม่ำเสมอหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราวคือมีเป็นบางช่วงระยะเวลา ออกเป็น ๗ ประเภท ดังนี้^{๒๒}

๑. ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้างและอาคารที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

๒. ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด อุโบสถ และ เจดีย์ เป็นต้น

๓. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายทะเล ป่าไม้ น้ำตก น้ำพุร้อน เป็นต้น

๔. ประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

๕. ประเภทสถานเริงรม ได้แก่ โรงละครและการแสดง ย่านกิจกรรมกลางคืน เป็นต้น

๖. ประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม อาจเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ทำเครื่องเงิน เครื่องจักสาน เป็นต้น

๗. ประเภทอื่น ๆ ได้แก่ สวนสาธารณะ สวนสนุก เป็นต้น

๒.๒.๔ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยว โดยแบ่งองค์ประกอบไว้ ๓ ประเภท ดังนี้^{๒๓}

๑) สิ่งดึงดูดที่ใจ (Attraction) เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจจะมาในรูปแบบการให้ความรู้ สร้างความเพลิดเพลินใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะมีสิ่งดึงดูดที่แตกต่างกันไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความสนใจหลายกลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น เน้นการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนพักผ่อนอย่างแท้จริง รวมไปถึงกิจกรรมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

๒) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นเส้นทางที่เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึงความปลอดภัยในการเดินทาง และมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอยู่ในบริเวณรอบเพื่อเกิดความคุ้มค่า หรือสร้างความแตกต่างในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

๓) สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว (Amenity) เป็นการบริการด้านต่าง ๆ ในขณะท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและอยากกลับมาอีกครั้ง โดยแบ่งสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ ๓ อย่างดังนี้

^{๒๒} ฟาฟิโล ทวีสินโสภณ, กิตติศักดิ์ ทวีสินโสภณ, แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมต. นานเมืองเก่า เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านหงษ์สตาร์ จังหวัดตรัง, รายงานการวิจัย, (วิทยาเขตตรัง: วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๑), หน้า ๒๔-๒๕.

^{๒๓} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, หน้า ๑๐-๑๒.

๓.๑ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ เช่น จุดจำหน่ายบัตรเข้าชมอยู่ด้านหน้าสามารถเห็นได้ชัดเจน ร้านอาหารอยู่รวมตัวกันเพื่อความสะดวกและมีความหลากหลาย ห้องน้ำกระจายอยู่ทุกจุด และห้องน้ำสำหรับคนชรา หรือผู้พิการ

๓.๒ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยจากขโมย เหตุฉุกเฉิน เช่น อุบัติเหตุระหว่างการท่องเที่ยวทั้งจากที่เกิดขึ้นด้วยตัวเอง คนรอบข้างหรือจากธรรมชาติ และการหลงทาง พลัดหลงในระหว่างท่องเที่ยว

๓.๓ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ เช่น การมีแผ่นพับบอกข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายต่างไม่ว่าจะเป็นป้ายบอกทาง ป้าย เตือนระวังอันตรายจากสิ่งต่าง ๆ ป้ายแผนที่ เป็นต้น

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ ๖ ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีดังนี้^{๒๔}

๑. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ ๑๐ ประการ ได้แก่

- (๑) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- (๒) โบราณคดี และพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ
- (๓) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- (๔) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และงานแกะสลัก
- (๕) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา
- (๖) ดนตรี การแสดง มหรสพต่างๆ
- (๗) ภาษาและวรรณกรรม
- (๘) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

(๙) ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ และ
(๑๐) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่นำเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์
แนะนำเพื่อจูงใจ ที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

๒) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ในแหล่ง

^{๒๔} ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, **วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง มหาชน, ๒๕๕๐), หน้า ๑๘-๒๐.

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๓) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเพื่อที่จะได้ช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

๔) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

๕) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

๖) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีความหมายหลากหลายขึ้นอยู่กับมุมมองของนักวิชาการและบริบทของการศึกษา นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการสื่อสารไว้หลายรูปแบบไว้ดังนี้

๒.๓.๑ ความหมายของการสื่อสาร

นิภาพรรณ โสพัฒน์ กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อระหว่างกันของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อย ๒ ฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่ส่งข่าวสารผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆ ไปยังอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับข่าวสารเพื่อให้ได้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน^{๒๕}

^{๒๕} นิภาพรรณ โสพัฒน์, วิธีการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ, วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (๒๕๖๒): ๒๓-๓๐.

สุรพงษ์ โสธนเสถียร อธิบายว่า การสื่อสาร หมายถึง การโอนความหมาย (Meaning transfer) ระหว่างผู้สื่อสาร (Communicators/communicants) ซึ่งผู้สื่อสารหมายถึงทั้งผู้ส่ง สาร และผู้รับสารไม่ว่าจำนวนเท่าใด เพื่อพยายามทำให้พวกเขาเข้าใจในความหมายเดียวกัน^{๒๖}

จุฑามาศ เกษมสุขสถาพร กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ (Message) จากบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Sender) ส่งต่อไปยังบุคคล อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อกลาง (Channel) เพื่อให้เกิดการรับรู้และ ความเข้าใจตรงกัน เพื่อให้ผลของการดำเนินงานตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย^{๒๗}

ชาสินทร์ ยาพา และคณะ กล่าวว่า การสื่อสาร คือ การที่มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือประสบการณ์ของตน ไปยังบุคคลอื่นและการรับรู้ความรู้ความคิดจากบุคคลอื่นมาปรับพฤติกรรม ของตนเอง โดยกระบวนการของการสื่อสาร ซึ่งการถ่ายทอดและการรับรู้ ความรู้ ความคิด มีอยู่ ๓ ลักษณะคือ

๑. การให้รหัสสัญญาณโดยตรง เช่นการใช้สัญญาณเสียง ภาษาพูด สัญลักษณ์ ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ตลอดจนรหัสสัญญาณอื่น ๆ ที่กระทำโดยตรง ระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับ

๒. การใช้เครื่องมือในการถ่ายทอด เป็นการสื่อสารโดยผ่านทางเครื่องมือ เช่น การใช้ สื่อทัศนูปกรณ์ วิทยุกระจายเสียง คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ

๓. การถ่ายทอดโดยกระบวนการทางสังคม เช่น การปฏิบัติสืบทอดทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม และระบบอื่นๆของสังคม^{๒๘}

สรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด หรือประสบการณ์จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านช่องทางหรือสื่อกลาง เพื่อให้เกิด ความเข้าใจร่วมกันและมีปฏิกิริยาตอบสนอง โดยนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความของการสื่อสารใน หลายมิติ เช่น เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลอย่างน้อยสองฝ่ายผ่านสื่อที่เหมาะสม เป็นการโอน ความหมายระหว่างผู้สื่อสารเพื่อให้เข้าใจตรงกัน เป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ หรือแนวคิด ผ่านสื่อกลาง และเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการให้รหัสและถอดรหัสสาร

^{๒๖} สุรพงษ์ โสธนเสถียร, **ทฤษฎีการสื่อสาร**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: ๒-๔, ๒๕๖๓), หน้า ๒-๔.

^{๒๗} จุฑามาศ เกษมสุขสถาพร, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารภายในกรมอนามัย”, รายงานการวิจัย, (ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร สำนักงานเลขาธิการกรม กรมอนามัย, ๒๕๖๖), หน้า ๗.

^{๒๘} ชาสินทร์ ยาพา และคณะ, “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษามลายูของนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดยะลา”, รายงานการวิจัย, (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏ ยะลา, ๒๕๖๑), หน้า ๘-๙.

๒.๓.๒ องค์ประกอบของการสื่อสาร

ไฮเบลล์ และวีเวอร์ (Hybels & Weaver) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ ๔ ส่วน คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ดังต่อไปนี้^{๒๙}

๑. ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิดมีความต้องการมี ความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อและอื่นๆไปยังผู้รับสารเพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและพยายามกำหนดตัวผู้ที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร เช่น ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงการรับรู้หรือความรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล ของกลุ่มคน หรือของสังคม เป็นต้น

๒. สาร สารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร สารหมายถึงเรื่องราวอันมีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ต่อความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความหมายที่ได้รับ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสารประกอบด้วย ๓ ส่วนที่สำคัญ คือ รหัสสาร (Message code) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดค้นขึ้นเพื่อแสดงออกทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม และวัตถุประสงค์ต่างๆของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal message codes) และรหัสของสารที่ไม่ใช่ ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Nonverbal message codes) เช่น กริยาท่าทาง อากัปกริยาอาการ ภาพ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ส่งสารจะเลือกใช้รหัสสารแบบใดนั้น ขึ้นอยู่กับระบบ สังคม วัฒนธรรมสภาพถิ่นที่อยู่อาศัยทั้งของบุคคลผู้ส่งสาร และผู้รับสารว่าจะสามารถเข้าใจความหมายจากรหัสสารร่วมกันได้มากน้อยเพียงใด

๑) เนื้อหาของสาร (Message content) หมายถึง เรื่องราวสิ่งต่างๆ ที่ผู้ส่งต้องการจะถ่ายทอดหรือส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทหลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาโดยเฉพาะเนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่เนื้อหาเชิงวิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหา

^{๒๙} Hybels, S. & Weaver, R.L., *Communication effectively*, 4th ed., (New York: McGraw-Hill, 1995), p. 98.

ประเภทความคิดเห็น เนื้อหาประเภทข่าว เนื้อหาประเภทบันเทิง รวมทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับการชักจูงใจ เป็นต้น

๒) การจัดเรียงลำดับสาร (Message treatment) หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของภายา และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา (Styles) ส่วนตัว หรือบุคลิกลักษณะ (Personalities) ของผู้ส่ง

๓. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or media) หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส เป็นต้น หรือนอกจากนี้ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อยังอาจหมายถึงคลื่นแสงคลื่นเสียงและอากาศที่อยู่รอบๆตัวคนเราด้วย

๔. ผู้รับสาร (Receiver) มีคำใช้เรียกผู้รับสารหลายคำ เช่น ผู้รับ (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ผู้ฟังผู้ชม (Audience) การสื่อสารจะมีความหมายอย่างไรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่า จะเลือกรับสาร หรือเลือกที่จะตีความ และเข้าใจต่อข่าวสารที่ตนเองได้รับนั้นอย่างไร ดังนั้น แม้การสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสารแต่บุคคลที่จะแสดงว่าการสื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นก็คือผู้รับสาร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่ผู้ส่งสารส่งในขณะนั้น หรือผู้รับสารมีความรู้ในการที่จะทำความเข้าใจต่อสาร ก็จะทำให้การสื่อสารสำเร็จโดยง่าย ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารขาดความสนใจ ปิดกั้นการรับข่าวสาร หรือผู้รับไม่สามารถทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งส่งให้ได้ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารทุกครั้งสิ่งที่ผู้ส่งจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงอย่างมากคือผู้รับสาร

สอดคล้องกับธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสารโดยทั่วไปมี ๔ ส่วน ได้แก่^{๓๐}

๑. ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารโดยผ่านช่องทางติดต่อหรือสื่อใด ๆ ก็ตามไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะบอกกล่าว ถ่ายทอด หรือแลกเปลี่ยนสารสนเทศ เพื่อความเข้าใจร่วมกัน ผู้ส่งสารเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร โดยทำหน้าที่เข้ารหัส (encoding) โดยการแปลสารหรือเนื้อหาในรูปวจนภาษา (การพูด การเขียน) อวจนภาษา (กิริยาท่าทาง สัญลักษณ์) ผ่านสื่อหรือช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน สื่อใหม่ สื่อพื้นบ้าน เพื่อให้สารไปถึงผู้รับสาร ผู้ส่งสารจึงเป็นบุคคลสำคัญในการเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร เป็นบุคคลแรกที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้น เนื่องด้วยการสื่อสารของมนุษย์ มีหลายประเภทและ

^{๓๐} ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ, “ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ส่งสารและผู้รับสาร” แนวการศึกษาชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ ๑-๑๕, (นนทบุรี: สาขาวิชานิตศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๖๐).

หลายระดับ จำนวนของผู้ส่งสารอาจมีมากกว่า ๑ คน และผู้ส่งสารบางคนมิได้ส่งสารในฐานะตัวเอง แต่ส่งสารในฐานะตัวแทนของสถาบันใดสถาบันหนึ่งก็เป็นได้

๒. สาร (Message) คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัย ภาษา หรือ สัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สาร จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้น และต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้อื่น (ผู้รับสาร) การส่งสารนั้น ก็โดยการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น พฤติกรรมที่ว่านี้ก็เช่น การพูด การเขียน การวาด การแสดงอาการหรือกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ และพฤติกรรมในการแสดงออกซึ่งความคิด นี้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะของผู้กระทำทั้งสี่สำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร ก็คือ การทำหน้าที่เร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้รับสารจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าผู้รับสารมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ซึ่งทักษะในการรับสาร ได้แก่ ความสามารถในการคิด พิจารณา ความเข้าใจทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน หากผู้รับสารแสดงพฤติกรรมการรับสารตรงกับพฤติกรรมของผู้ส่งสาร เช่น ฟัง อ่าน ดูสังเกต แสดงว่าผู้รับสารมีทักษะในการรับสาร

๓. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel) ในการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม ผู้ส่งสารย่อมต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วสารที่ถูกผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารจะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งหรือหลายทาง ได้แก่ ทางการเห็น โดยประสาทตา ทางการได้ยิน โดยประสาทหู ทางการได้กลิ่น โดยประสาทจมูก ทางการสัมผัส โดยประสาทกาย และทางการลิ้มรสโดยประสาทลิ้น

๔. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ถ้าไม่มีผู้รับสาร การสื่อสารจะไม่บังเกิดขึ้น ผู้รับสารเมื่อรับสารแล้วจะตีความสารและอาจมีปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งสาร หากพิจารณาคำว่าผู้รับสารที่ใช้ในการสื่อสารเหมือนจะมีความหมายคงที่ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้รับสารเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารได้ และผู้ส่งสารเปลี่ยนเป็นผู้รับสารได้ ตัวอย่างในการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสนทนา การรับ-ส่งอีเมล การประชุมที่แต่ละคนเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ เป็นต้น ผู้รับสารมีความสำคัญกับทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารไม่สามารถที่จะขาดผู้รับสารไปได้เลย และผู้รับสารเองก็มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับผู้ส่งสาร สาร และสื่อ โดยไม่สามารถแยกออกจากกันได้

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการสื่อสารมี ๔ ส่วนหลัก ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) บุคคล หรือกลุ่มที่ต้องการส่งสารไปยังผู้รับ สาร (Message) ข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหาที่ถูกส่งออกไป ซึ่งประกอบด้วย รหัสสาร (Message Code) – เช่น ภาษา สัญลักษณ์ ท่าทาง เนื้อหาของสาร

(Message Content) – ข้อมูลที่ต้องการสื่อ การจัดเรียงลำดับสาร (Message Treatment) – วิธีการนำเสนอสาร ช่องทางการสื่อสาร (Channel or Media) – สื่อที่ใช้ส่งสาร เช่น คำพูด ตัวหนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับสาร (Receiver) – บุคคลหรือกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของสาร ซึ่งจะตีความและอาจมีปฏิกิริยาตอบกลับ

๒.๓.๓ ปัญหาและอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร

ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญของบุคคลทุกฝ่ายในองค์กร การทำงานจะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่ความเข้าใจ โดยอาศัยการติดต่อสื่อสาร หากการติดต่อสื่อสารเกิดปัญหา และอุปสรรคขึ้นก็จะส่งผลให้เกิดการเข้าใจผิด และส่งผลให้เกิดการทำงานผิดพลาดได้ อุปสรรคในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของ ผู้สื่อสารและผู้รับสาร อุปสรรคในการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นอุปสรรคในการสื่อสารจากองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้^{๓๑}

๑. อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร

- ๑.๑ ผู้ส่งสารขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ
- ๑.๒ ผู้ส่งสารใช้วิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม
- ๑.๓ ผู้ส่งสารมีบุคลิกภาพที่ไม่ดี และไม่เหมาะสม
- ๑.๔ ผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร
- ๑.๕ ผู้ส่งสารขาดความพร้อมในการส่งสาร
- ๑.๖ ผู้ส่งสารมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

๒. อุปสรรคที่เกิดจากสาร

- ๒.๑ สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป
- ๒.๒ สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน ขาดความชัดเจน
- ๒.๓ สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ
- ๒.๔ สารที่ใช้ภาษาคลุ่มเครือ ขาดความชัดเจน

๓. อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสื่อหรือช่องทาง

- ๓.๑ การใช้สื่อไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ
- ๓.๒ การใช้สื่อที่ไม่มีประสิทธิภาพที่ดี
- ๓.๓ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมกับระดับของการสื่อสาร

๔. อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร

^{๓๑} วุฒิพล นัตรจรัสกุล และพีรพจน์ ยอดยิ่ง, “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลหนองเม็ก อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม”, รายงานการวิจัย, (คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒), หน้า ๑๔-๑๕.

- ๔.๑ ขาดความรู้ในสารที่จะรับ
- ๔.๒ ขาดความพร้อมที่จะรับสาร
- ๔.๓ ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร
- ๔.๔ ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร
- ๔.๕ ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป

สรุปได้ว่า อุปสรรคที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลสามารถแบ่งออกเป็น ๔ ประเภทหลัก ได้แก่ อุปสรรคจากผู้ส่งสาร ขาดความรู้เกี่ยวกับสาร ใช้วิธีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม หรือมีบุคลิกภาพไม่ดี อุปสรรคจากสาร สารซับซ้อนเกินไป ไม่มีการจัดลำดับที่ดี หรือใช้ภาษาคลุมเครือ อุปสรรคจากสื่อหรือช่องทาง การเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสม หรือสื่อไม่มีประสิทธิภาพ อุปสรรคจากผู้รับสาร ขาดความรู้ ขาดความพร้อม มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร หรือมีความคาดหวังสูงเกินไป

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชน

๒.๔.๑ ความหมายของเยาวชน

ราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของ “เยาวชน” ว่าหมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง ๑๕-๒๕ ปี ซึ่งอยู่ในวัยหนุ่มสาวและเป็นกำลังสำคัญของชาติ^{๓๒}

องค์การสหประชาชาติ (United Nations) กำหนดให้เยาวชน (Youth) เป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง ๑๕-๒๔ ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยแห่งการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง^{๓๓}

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๔ ได้นิยามและขอบเขตความหมายของคำว่า “เด็ก” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ “เยาวชน” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุตั้งแต่สิบแปดปีบริบูรณ์ถึงยี่สิบห้าปีบริบูรณ์^{๓๔}

กาญจนา นาคสกุล ได้การกำหนดอายุของเยาวชนแตกต่างกันไปเป็นหลายแบบ เช่น โครงการเรือเยาวชน กำหนดอายุเยาวชนไม่เกิน ๓๐ ปี องค์การสหประชาชาติกำหนดอายุ ๑๕ ถึง ๒๕ ปีบริบูรณ์ ศาลแพ่งและพาณิชย์ของไทยกำหนดว่า เยาวชนคือผู้ที่มีอายุเกิน ๑๔ ปีบริบูรณ์แต่ไม่

^{๓๒} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๖, (กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖), หน้า ๑๓๔๒.

^{๓๓} United Nations, World Youth Report 2007: Young People's Transition to Adulthood, (New York: United Nations, 2007), p. 5.

^{๓๔} พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐, (๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม ๑๓๔ ตอนที่ ๖๓ ก, หน้า ๑-๑๒.

เกิน ๑๘ ปีบริบูรณ์ ตรงกับพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ เยาวชนนั้นถือว่าเป็นผู้
อ่อนผู้เยาว์ จึงเป็นผู้ที่ควรได้รับการให้อภัย หากกระทำความผิดก็ควรได้รับโทษตามควรแก่วัยและความ
รู้เท่าไม่ถึงการณ์ การพิจารณาโทษจะแตกต่างจากผู้กระทำความผิดที่เป็นผู้ใหญ่^{๓๕}

สรุปได้ว่า เยาวชน หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นหรือวัยรุ่นหนุ่มสาว ซึ่งเป็นช่วงวัยที่อยู่
ระหว่างวัยเด็กกับวัยผู้ใหญ่ และมีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย อารมณ์ และสังคมอย่าง
รวดเร็ว

๒.๔.๒ ความหมายของการพัฒนาเยาวชน

ธวัชชัย สันติสุข อธิบายว่า การพัฒนาเยาวชน เป็นกระบวนการที่มุ่งส่งเสริมศักยภาพ
ของเยาวชนทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านระบบการศึกษา การอบรม และการมีส่วนร่วมใน
กิจกรรมทางสังคม^{๓๖}

องค์การยูนิเซฟ (UNICEF) ระบุว่า การพัฒนาเยาวชนเป็นการลงทุนเพื่ออนาคตของชาติ
โดยต้องเน้นการศึกษา สุขภาพ และการมีส่วนร่วมทางสังคม เพื่อให้เยาวชนสามารถเป็นแรงขับเคลื่อน
ที่สำคัญของประเทศ^{๓๗}

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไข
เพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐ กำหนดว่า การพัฒนาเยาวชนต้องครอบคลุมด้านการศึกษา การ
ฝึกอบรม การพัฒนาทักษะอาชีพ และการเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรม^{๓๘}

สรุปได้ว่า การพัฒนาเยาวชน หมายถึง กระบวนการสนับสนุนและส่งเสริมให้เยาวชนมี
พัฒนาการที่เหมาะสมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสติปัญญา เพื่อให้สามารถเติบโตเป็น
พลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม โดยอาศัยการศึกษา การฝึกอบรม การเสริมสร้างคุณธรรม และการ
พัฒนาทักษะชีวิต

^{๓๕} กาญจนา นาคสกุล, การกำหนดอายุเยาวชน, ออนไลน์, เข้าถึงจาก
<http://legacy.orst.go.th/?knowledges> (๓ มีนาคม ๒๕๖๗).

^{๓๖} ธวัชชัย สันติสุข, แนวทางการพัฒนาเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑, (กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๔๕.

^{๓๗} UNICEF, Adolescent Development and Participation: A Global Perspective,
(New York: UNICEF, 2012), p. 12.

^{๓๘} พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐, (๑๓
มิถุนายน ๒๕๖๐), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม ๑๓๔ ตอนที่ ๖๓ ก, หน้า ๑-๑๒.

๒.๔.๓ ความสำคัญของเยาวชน

พัฒนา สุขประเสริฐ ได้กล่าวถึง ความสำคัญของเยาวชนในด้านต่าง ๆ ได้แก่^{๓๙}

๑) ด้านเศรษฐกิจ โดยทั่วไปแล้ว เยาวชนจะเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นพลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต

๒) ด้านสังคม จะเน้นที่บทบาทในครอบครัวเป็นสำคัญ ในฐานะที่เป็นสถาบันพื้นฐานของการกลมเกลียว เป็นเป้าหมายให้เยาวชนมีแนวคิด แบบอย่างของการดำรงชีวิตในอนาคต จากกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญา ความสำนึกในความเป็นชุมชนท้องถิ่น การจัดการสิ่งแวดล้อมให้เกิดศักยภาพจากการได้รับโอกาสของการมีส่วนร่วม ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มองค์กรชุมชน ซึ่งจะมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นใจในศักยภาพของตนเองของเยาวชน ที่จะทำงานร่วมกับสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓) ด้านสิ่งแวดล้อม ในฐานะที่เยาวชนเป็นคนรุ่นใหม่ จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากสิ่งแวดล้อมไม่เหมาะสม ย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของเยาวชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคตด้วย ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อเยาวชนได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน จนกล่าวได้ว่า เยาวชนทุกคนจะต้องเป็น “Green Generation” ที่คอยพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น การพิทักษ์สิ่งแวดล้อมควรต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ควบคู่กันไปกับการฟื้นฟูเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

๔) ความสามารถในการใช้สิทธิทางการเมืองนั้น แสดงถึงศักยภาพของเยาวชนในการใช้ความคิดเชิงพิจารณาของเยาวชนว่า มีความเป็นผู้ใหญ่อย่างสมบูรณ์ การให้ความสนใจการเมือง ติดตามข่าวสารความเป็นไปของเหตุการณ์บ้านเมือง ภาวะทางเศรษฐกิจ สังคมทั้งภายในชุมชนระดับประเทศ และระหว่างประเทศ ถือว่าเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบที่เยาวชนควรจะได้รับ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งการที่เยาวชนได้มีโอกาสเรียนรู้จากเหตุการณ์จริง จะเป็นประสบการณ์ตรงที่ทำให้เกิด “ความรู้เท่าทัน” เมื่อเยาวชนที่ได้รับการส่งเสริมดีและเหมาะสม มีสุขภาพจิตดี สามารถมีสัมพันธภาพและรักษาสัมพันธภาพกับผู้อื่นไว้ได้อย่างราบรื่น ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีความสุข เรียนรู้ได้เต็มตามศักยภาพที่มีจะส่งผลให้การดำเนินชีวิตเป็นไปได้อย่างมีคุณภาพในอนาคต

๒.๔.๔ พัฒนาการด้านต่าง ๆ ของเด็กและเยาวชน

เด็กและเยาวชนเป็นช่วงของการเปลี่ยนวัย เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อที่เปลี่ยนจากความเป็นเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ และถ้านับการเริ่มต้นของความเป็นเด็กและเยาวชนตามลักษณะ

^{๓๙} พัฒนา สุขประเสริฐ, ศักยภาพของเยาวชนไทยกับการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๔), หน้า ๔๘.

พัฒนาการสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนว่าช่วงเด็กและเยาวชนเริ่มต้นแล้วก็คือการเปลี่ยนแปลงภายนอกและภายในร่างกายพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายก็มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพัฒนาการด้านอื่น ๆ ด้วย^{๔๐}

๑. พัฒนาการทางด้านร่างกายจะเป็นในด้านของความงอกงาม เจริญเติบโตถึงขีดสมบูรณ์เพื่อทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ การเจริญเติบโตมีทั้งส่วนภายนอก เช่น ส่วนสูง น้ำหนัก สัดส่วนของร่างกาย เป็นต้น ส่วนการเจริญเติบโตภายใน เช่น โครงกระดูกแข็งแรงขึ้น การทำงานของต่อมบางชนิด เช่น ต่อมพิทูอิทารี (Pituitary gland) คือ ต่อมใต้สมอง จะมีฮอร์โมนที่คอยทำหน้าที่ควบคุมการเจริญเติบโตของรังไข่และอัณฑะ และควบคุมการตกไข่ (ovulation) ของเพศหญิง สังเกตเห็นได้จากเด็กหญิงจะเริ่มเป็นสาว มีหน้าอก มีประจำเดือน มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างเป็นทรวดทรง เด็กชายจะเริ่มมีหนวด มีการผิวนอก เสียงแตก ร่างกายจะมีกล้ามเนื้อที่แข็งแรง ทั้งสองเพศนี้จะมีสิ่ว มีกลิ่นตัว และขนขึ้นในที่ลับ มีร่างกายที่สูงใหญ่อย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างรวดเร็วบางครั้งเด็กปรับตัวไม่ทันจะทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัด กังวลเกี่ยวกับสัดส่วน อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายตนเอง อาจเห็นได้จากการมีพฤติกรรมซุ่มซำม กังวาลเพราะแขนขายืดยาวเร็ว จนกระเระยะต่าง ๆ ไม่ถูกต้อง^{๔๑}

๒. พัฒนาการทางด้านจิตใจเด็กและเยาวชนจะเริ่มมีความคิดอ่านที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เริ่มสังเกตตนเอง ครอบครัว เพื่อน และสังคมสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงทำให้เด็กและเยาวชนมีเอกลักษณ์เฉพาะตนเอง คือ มีความรู้ตัวตนเองมีความเป็นหนึ่งที่แตกต่างกันไปจากคนอื่นในสิ่งต่อไปนี้ รูปร่างและเอกลักษณ์ลักษณะดีลักษณะด้อยของตนเอง ความชอบ ความถนัด ความพึงพอใจทางเพศ เอกลักษณ์ของเด็กและเยาวชนจะพัฒนาได้ดีเมื่อได้เรียนรู้เกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน และได้รับการสนับสนุนจากพ่อแม่มีความต้องการเป็นอิสระที่จะคิดที่จะทำอะไรด้วยตนเองหรือกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น มีความรู้สึกอึดอัดคับข้องในกฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน มีความต้องการเป็นที่ยอมรับ ชื่นชม จากเพื่อนวัยเดียวกัน จึงทำให้เกิดการเลียนแบบต่าง ๆ ในกลุ่มเพื่อให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน มีความอยากรู้อยากลอง เนื่องมาจากความต้องการหาเอกลักษณ์ของตนเอง^{๔๒} และแสวงหาสิ่งที่ทำให้เขามีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองได้ เช่น กิจกรรมกลุ่มกีฬา งานอดิเรก ความสัมพันธ์กับเพื่อนตรงข้ามหรือยาเสพติด เมื่อลองแล้วรู้สึกเหมาะกับตนเองก็จะทำสิ่งนั้นซ้ำ ๆ ถ้าทำแล้วไม่พอใจจะเลิกไปเอง การลองในสิ่งอันตรายจะมีมากน้อยไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความรู้จักยับยั้งใจตนเอง และการตระหนักในโทษหรือ

^{๔๐} ศรีเรือน แก้วกังวาน, จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย, พิมพ์ครั้งที่ ๘, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๑๓.

^{๔๑} วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, จิตวิทยาการปรับตัว, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, ๒๕๔๕), หน้า ๔.

^{๔๒} Steinberg, L., *Adolescence*, 4th ed, (USA: McGraw-Hill, 1999), p.55.

ข้อเสียในสิ่งที่จะลอง ส่วนในด้านความมีอุดมคติ เด็กและเยาวชนจะเริ่มแยกแยะความดี ความชั่วข้อดี ข้อเสีย ของบุคคลและเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดีมีมีโนธรรมที่ถูกต้อง^{๔๓}

๓. พัฒนาการทางด้านอารมณ์สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงและการเจริญเติบโตทางร่างกายทั้งภายในและภายนอก กระบวนการที่แบบแผนอารมณ์ของเด็กและเยาวชน อารมณ์ที่เกิดขึ้นกับเด็กเด็กและเยาวชนนั้นมีทุกประเภท เช่น รัก ชอบ โกรธ เกลียด อิจฉา ริษยา ฯลฯ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ประเภทใดจะมีการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ง่าย สับสน อ่อนไหว และขาดการควบคุมการแสดงออกทางอารมณ์ของตนเองมีความเข้มของอารมณ์สูง ไม่มั่นคง ระดับความเข้มของอารมณ์ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพดั้งเดิม และสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดอารมณ์ของเด็กและเยาวชน มีนักจิตวิทยาเรียก ลักษณะการแสดงออกทางอารมณ์ของเด็กและเยาวชนว่า เป็นแบบพายุพายุ (storm and stress) ซึ่งหมายถึง อารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงง่าย รุนแรง อ่อนไหว สามารถเปลี่ยนแปลงอารมณ์หนึ่งไปเป็นอีกอารมณ์หนึ่งได้อย่างรวดเร็ว^{๔๔} เมื่อลักษณะอารมณ์ของเด็กและเยาวชนเป็นเช่นนี้ บุคคลต่างวัยจึงต้องใช้ความอดทนสูงเพื่อจะเข้าใจและสร้างสัมพันธภาพกับพวกเขาซึ่งอาจทำให้เกิดช่องว่างระหว่างวัย (generation gap) และเนื่องจากเด็กและเยาวชนเข้ากับบุคคลอื่นได้ยาก เด็กและเยาวชนจึงเกาะกลุ่มกันได้ดีเป็นพิเศษกว่าวัยอื่น ๆ เพราะเข้าใจและยอมรับกันได้ง่าย

๔. พัฒนาการทางด้านสังคมความสัมพันธ์ของเด็กและเยาวชนกับพ่อแม่จะเริ่มห่างกันมากขึ้นแต่ความสัมพันธ์กับเพื่อนจะเริ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และจะมีสูงสุดในระยะตอนกลางของเด็กและเยาวชน เด็กและเยาวชนจะเริ่มสนใจเพศตรงข้าม คบเพื่อนที่ถูกใจมีกิจกรรมทำร่วมกัน ได้ฝึกทักษะทางสังคม ค้นหาเอกลักษณ์ของตนเอง ได้รับการยอมรับจากเพื่อน ได้รับการยอมรับเข้ากลุ่ม ซึ่งจะทำให้ตนเองรู้สึกว่ามีค่าสำคัญ วัยนี้จึงมีเพื่อนสนิทที่สามารถปรึกษาและเลียนแบบพฤติกรรมซึ่งกันและกัน การคบเพื่อนร่วมวัยเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่สำคัญยิ่งต่อจิตใจของเด็กและเยาวชน แต่การคบเพื่อนมีทั้งประโยชน์และโทษ เพื่อนอาจเป็นผู้ประคับประคองจิตใจในยามทุกข์ร้อน ชี้นำสิ่งมีประโยชน์ ในทางตรงกันข้ามเพื่อนก็อาจชักนำไปในทางเสื่อมถอย ผู้เป็นอาชญากรเด็กและเยาวชนมากมายในแทบทุกประเทศส่วนมากมีสาเหตุมาจากเพื่อนชักจูง เช่น เกรร ดิทยาเสฟติด^{๔๕}

๕. การพัฒนาทางด้านสติปัญญาวัยนี้จะมีการพัฒนาของสติปัญญาอย่างมาก โดยความคิดจะลึกซึ้งเป็นนามธรรมมากขึ้น มีการใช้เหตุผล รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินได้อย่างดีคล้ายกับความคิดของผู้ใหญ่มากขึ้น แต่ความคิดของเด็กและเยาวชนจะไม่มั่นคงบางครั้งมี

^{๔๓} พนม เกตุมาน, พัฒนาการวัยรุ่น, (คณะแพทยศาสตร์: ศิริราชพยาบาล, ๒๕๕๐).

^{๔๔} Steinberg, L., *Adolescence*, 2nd ed, Boston (MA: McGraw-Hill, 1996).

^{๔๕} ศรีเรือน แก้วกังวาล, จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๓), หน้า ๑๓.

ความคิดเหมือนเด็ก บางครั้งมีความคิดเหมือนผู้ใหญ่ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของเด็กและเยาวชนด้วย การเรียนรู้ของวัยนี้สามารถที่จะเรียนรู้ได้มากมาย และจะเรียนรู้ได้ดีเมื่อสภาพอารมณ์สงบ มีความอยากรู้อยากเห็น และได้เรียนรู้ในแบบที่ตนเองมีส่วนร่วมในการคิดและการกระทำด้วย^{๔๖}๒๕

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหลายประการในเด็กและเยาวชนทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และความสัมพันธ์กับผู้อื่นและสังคม ทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมที่เป็นไปเพื่อการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจตนเอง และสถานการณ์ต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น โดยปกติเด็กและเยาวชนจะมีพฤติกรรมที่เป็นพัฒนาการตามวัย คือความพยายามที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จด้วยตนเอง ความต้องการอิสระ เป็นตัวของตัวเอง การเข้ากลุ่มเพื่อน หรือความอยากลองเพื่อช่วยให้ตนเองเกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ต่าง ๆ และด้วยกระบวนการพัฒนาการตามวัยที่เป็นไป^{๔๗}

๒.๔.๕ การพัฒนาเยาวชน

พระครูสุชีพพัชรมงคล ได้สรุปของการพัฒนาเยาวชนไว้ว่า การพัฒนาเยาวชนจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปอย่างต่อเนื่อง เป้าหมายหลักของงานด้านการพัฒนาเยาวชน คือ การพัฒนาศักยภาพของเยาวชน เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้สามารถส่งมอบผลงานที่มีคุณภาพ และได้มีปริมาณตามหรือเกินกว่าที่คาดหวัง พื้นฐานสำคัญของประสิทธิภาพการทำงานของสังคมย่อมเกิดขึ้นจากตัวเยาวชนเป็นหลัก เยาวชนจึงเป็นเสมือนฐานรากที่สำคัญที่จะผลักดันส่งเสริมสนับสนุนให้ประสิทธิผลของสังคมดีขึ้น^{๔๘}

ทฤษฎีในการพัฒนาเยาวชน มีทฤษฎีการจัดการสังคมและเยาวชนซึ่งมีส่วนสำคัญ ๒ ส่วน คือ การวางระบบการบริหารงานทั่วไปและการวางระบบการบริหารจัดการเยาวชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของสังคม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และประโยชน์สูงสุดแก่สังคม โดยธรรมชาติแล้วทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในทรัพยากรทั้ง ๔ คือ “คน (Human Capital)” หรือเยาวชน เพราะคนมีสติปัญญา มีความสามารถ และมีศักยภาพในการใช้ปัจจัยต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุความสำเร็จได้ตามเป้าหมายของสังคม

^{๔๖} Steinberg, L., *Adolescence*, 2nd ed, Boston, (MA: McGraw-Hill, 1996).

^{๔๗} สมโภช ศรีวิจิตรวรกุล, “การสร้างสรรค์สังคมสันติสุข: กระบวนการแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของเยาวชนไทยในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, รายงานการวิจัย, (คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔), หน้า ๑๓๓.

^{๔๘} พระครูสุชีพพัชรมงคล, “การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยหลักพุทธธรรม”, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔), หน้า ๓๖-๓๘.

ถ้าได้นำเอาทฤษฎีระบบของ David Easton (เดวิด อีสตัน) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเยาวชน จำเป็นต้องคำนึงองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลลัพธ์ และข้อมูลย้อนกลับ

กระบวนการพัฒนาเยาวชนก็เหมือนกับกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีปัจจัยนำเข้าที่ดีพอ ต้องมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ดีพอ จึงจะทำให้ได้เยาวชนที่พึงประสงค์ได้ กรณีที่เยาวชนไม่เป็นไปตามที่พึงประสงค์ต้องมีการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับแก้กระบวนการและปัจจัยนำเข้าต่อไป

มีจุดมุ่งหมายที่จะให้เยาวชนใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า และมีความหมาย และแสวงหาวิธีการที่จะให้บุคคลได้รับความสำเร็จสูงสุดจากการทำงาน จึงมุ่งให้เยาวชนเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมให้สนับสนุนต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างเหมาะสม

๑.๑ การวางแผนชีวิตและอาชีพ

๑.๒ การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่

๑.๓ การวิเคราะห์พฤติกรรมที่ดี

การพัฒนาอาชีพ (Career Development) เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นส่วนบุคคลและเกิดผลลัพธ์ในระยะยาว ที่เกิดจากความสนใจ ค่านิยม ความสามารถ เพื่อที่จะนำไปวางแผนพัฒนาให้มีความรู้ ทักษะ เพื่องานในอนาคต

การเลือกใช้เทคนิคการพัฒนาเยาวชน ขั้นตอนนี้ของกระบวนการ พัฒนาเยาวชน จะเกี่ยวข้องการดำเนินการเปลี่ยนแปลงแผนดำเนินงาน ณ จุดนี้การเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงจะเกิดขึ้นภายในสังคม เทคนิคการพัฒนาเยาวชนจะมีอยู่หลายแบบ แต่ที่ถูกนำมาใช้กันแพร่หลายมากที่สุด คือ เทคนิคการพัฒนาเยาวชนระดับบุคคล และ เทคนิคการพัฒนาเยาวชนระดับกระบวนการ เทคนิคระดับบุคคลจะถูกนำมาใช้เมื่อการวิเคราะห์ปัญหาสรุปได้ว่า ปัญหาของสังคมเกิดจากการขาดความสามารถและ/หรือแรงจูงใจของสมาชิกในครอบครัว ส่วนเทคนิคระดับกระบวนการจะถูกนำมาใช้เมื่อ ปัญหาของสังคมเกิดขึ้นจากกระบวนการที่เกี่ยวพันระหว่างกันของบุคคลและกลุ่มภายในสังคม

เครื่องมือสอดแทรกการพัฒนาเยาวชน วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการพัฒนาเยาวชนก็คือ การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีระเบียบแบบแผน โดยการวางแผนอย่างเป็นระบบ สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้สังคมสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ก็คือ การนำเอาเทคนิคหรือเครื่องมือสอดแทรกเข้ามาใช้ในการแก้ไขปัญหาของสังคม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเครื่องมือสอดแทรกหรือเทคนิคแต่ละประเภทรูปแบบต่างก็มีลักษณะในทางปฏิบัติที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น จึงสมควรที่จะ

ได้มีการศึกษาและทำความเข้าใจในเครื่องมือแต่ละประเภท ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้ช่วยให้การนำไปใช้ในการพัฒนาเยาวชนเป็นไปอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

การประเมินผล (Evaluation) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาเยาวชน คือ การประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในสังคม ภายหลังจากการดำเนินการเปลี่ยนแปลงภายในสังคมแล้ว ข้อมูลจะต้องถูกเก็บรวบรวมเพิ่มเติม เพื่อการประเมินผลว่า ปัญหาภายในสังคมได้ถูกแก้ไขหรือถูกปรับปรุงให้ดีขึ้นแล้วหรือไม่ ถ้ายังไม่ดีขึ้นก็ต้องกลับไปวิเคราะห์ปัญหานั้นใหม่ ดังนั้น นอกจากการประเมินผลจะถูกละเลยว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาเยาวชนแล้ว การประเมินผลจะถูกละเลยว่าเป็นการหมุนรอบกระบวนการพัฒนาเยาวชนกลับไปยังขั้นตอนของการวิเคราะห์ปัญหาด้วย ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกันกับการวิเคราะห์ปัญหาแบบ QC นั่นเอง

๒.๕ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media)

สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันมีสื่อมากมายหลายชนิด การเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญ ดังนั้นเราควรศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ผู้วิจัยมีความต้องการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๕.๑ ความหมายของสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media)

สื่อเป็นภาษาละติน medium ที่แปลว่า กลาง เมื่อนำมาปรับใช้กับภาษาอังกฤษรวมไปถึงวิธี(means) ซึ่งราชบัณฑิตยสถาน^{๔๙} ให้ความหมายของสื่อว่า คือ คนหรือสิ่งที่ให้ข้อมูล และคำว่า Media มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน แปลว่า ระหว่าง อาจหมายถึง อะไรก็ตามที่นำข้อมูลหรือสารสนเทศเดินทางจากแหล่งกำเนิดไปยังปลายทางหรือผู้รับสาร

Romiszowski ให้ความหมายของสื่อว่าเป็นตัวนำสารจากคนหรือสิ่งใดไปยังผู้รับสาร^{๕๐}

Heinich ให้ความหมายของสื่อว่า เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยมีตัวกลางเชื่อมระหว่างแหล่งกำเนิดกับผู้รับสาร^{๕๑}

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สื่อคือสิ่งที่เป็นตัวนำสาร รวมไปถึงช่องทางการติดต่อสื่อสาร จากคนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปยังผู้รับสาร

^{๔๙} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒, (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๔๖), หน้า ๑๒๐๐.

^{๕๐} Alexander J. Romiszowski, Educational Technology Magazine is the world's leading periodical publication, Educational Technology, Vol. 34, No. 7, Special Issue: Electronic Publishing (September 1994), pp. 6-12. 1994.

^{๕๑} Heinich, R. et al, Instructional Media and Technologies for Learning, (New Jersey: Prentice Hall, Inc. 1996), p.5.

Guilford ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการสร้างผลงานใหม่ ด้วยการคิดริเริ่ม และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา^{๕๒}

Getzels, J.W. and Jackson P.W. ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดแปลกใหม่ที่เกิดจากการริเริ่ม และเกิดความยืดหยุ่นในระหว่างการคิด^{๕๓}

E. Paul Torrance ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นการวางแผนการคิด ด้วยการคิดแบบริเริ่มเพื่อแก้ปัญหา^{๕๔}

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดแปลกใหม่ที่เกิดจากการริเริ่ม มีการยืดหยุ่นในระหว่างการคิด เพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย^{๕๕} ให้ความหมายของสื่อสร้างสรรค์ว่าเป็นสื่อที่เกิดจากกระบวนการของการคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสื่อใหม่ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อธรรมชาติ สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ปัจจุบันสื่อมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วจากการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงควรกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน สื่อประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็นสื่อที่ควบคุมได้ และสื่อที่ควบคุมไม่ได้ ดังนั้นเราควรเลือกใช้สื่อที่ควบคุมได้ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Smith นำรูปแบบและวัตถุประสงค์มาจัดกลุ่มของสื่อ เป็น ๔ ประเภท ได้แก่ ๑. สื่อระหว่างบุคคลเป็นสื่อที่ต้องเห็นหน้าค่าตา สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ๒. สื่อองค์กรเป็นสื่อที่สามารถควบคุมเนื้อหา เวลาการเข้าถึงของผู้รับสาร ๓. สื่อข่าวสารเป็นการสื่อสารไปให้ผู้คนจำนวนมาก และ๔) สื่อโฆษณาและส่งเสริมการตลาด เป็นสื่อที่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งภายในและภายนอก ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เลือกสื่อองค์กรมาใช้ในการศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา^{๕๖}

^{๕๒} Guilford, J.P, **Structure of Intellect Psychological**, (New York: McGraw-Hill Book Co., 1956), p. 389.

^{๕๓} Getzels, J. W., & Jackson, P. W., **Creativity, and Intelligence: Exploration with Gifted Students**, (New York: John Wiley & Sons, 1962), p.55.

^{๕๔} Torrance, E.P. and Myers, R.E, **Creative Learning and Teaching**, (New York: Dood, Mead and Company, 1972), p.34.

^{๕๕} กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย, **เกมิฟิเคชั่น (Gamification) โลกแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเกม**, <touchpoint.in.th/gamification>, ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๖.

^{๕๖} Smith, N, **Corporate Social Responsibility: whether or how?**, (California Management Review, 2003), p.187.

๒.๕.๒ ประเภทของสื่อองค์กร^{๕๗}

๒.๕.๒.๑ สิ่งพิมพ์ (Publications) ให้ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ว่า เป็นสมุด กระดาษ หรือวัตถุใดๆที่พิมพ์ขึ้น ได้แก่ ภาพวาด แผนผังภาพ ใบประกาศ เป็นต้น ซึ่งสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่ทางองค์กรเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เอง ประกอบไปด้วยสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง (Serial Publications) โดยมีกำหนดการในการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง เช่น รายสัปดาห์ รายเดือน ได้แก่ วารสาร หรือ จดหมายข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร สิ่งพิมพ์เดี่ยว (Stand-alone Publications) เป็นการเผยแพร่ครั้งเดียว เช่น ใบปลิว แผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก (Brochure) เป็นเอกสารที่นำเสนอข้อมูลได้ละเอียดกว่าแผ่น คู่มือ สื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ โปสเตอร์ เป็นต้น^{๕๘}

๒.๕.๒.๒ จดหมายตรง (Direct Mail) เป็นช่องทางสื่อสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ได้แก่ บันทึกข้อความ (Memo or Memorandum) จดหมาย (Letters) ไปรษณีย์ (Postcard) บัตรเชิญ (Invitations) แคตตาล็อก (Catalogs) ซึ่งสามารถใส่รายละเอียดได้มาก และปรับให้สามารถตรงกับความต้องการรายบุคคลได้

๒.๕.๒.๓ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) เป็นช่องทางสื่อสารทางภาพและเสียง หรือเราเรียกว่า สื่อโสตทัศน์ (Audio/Visual media) ประกอบไปด้วย สื่อโสต (Audio media) เช่น วิทยุกระจายเสียง หรือเสียงตามสาย รวมไปถึงสื่อโทรทัศน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร สื่อทัศน์ (Visual media) เช่น วิดีทัศน์ (Video) โดยผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสาร ที่ในปัจจุบันมีการอัปเดตทางสื่อสังคม ได้แก่ เว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) และ Electronic Publishing ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารที่พัฒนาในรูปแบบออนไลน์ นำเสนอในมุมมองหลากหลายผ่านมัลติมีเดีย มีลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหา ที่สำคัญค่าใช้จ่ายในการผลิตไม่สูงเท่าสิ่งพิมพ์

๒.๕.๒.๔ สื่อดิจิทัล (Digital media) จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาสะดวกมากขึ้น เช่น ภาพถ่าย วิดีทัศน์ ที่บันทึกในระบบดิจิทัลและเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็วผ่าน อีเมล (E-mail) หรือ มีการพัฒนาโฮมเพจ (Home Page) หรือเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร มีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องมือสื่อสารที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ได้แก่ สมาร์ทโฟน (Smart Phones) ผ่านแอปพลิเคชัน (Applications) ต่าง ๆ

ในงานวิจัยนี้ได้นำประเภทของสื่อองค์กรมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือในการศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^{๕๗} ญัตติชุตตา วิจิตรจามรี, หลักการประชาสัมพันธ์, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๙), หน้า ๑๓๙-๑๔๔.

^{๕๘} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒, พิมพ์ลักษณ์, (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๕๖), หน้า ๑๑๙๑.

๒.๕.๓ วงจรการสื่อสาร

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ๔ ประการ ได้แก่^{๕๙}

๒.๕.๓.๑ ผู้ส่งสาร (Sender) หรือแหล่งสาร (Source) โดยทั่วไปผู้ส่งสารสามารถเป็นได้ทั้งปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยองค์กรจะเป็นผู้กำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าจะส่งสารไปให้แก่ใคร สิ่งสำคัญคือผู้ส่งสารต้องตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพราะในยุคปัจจุบันเป็นการอยู่ร่วมกันในสังคมโลก

๒.๕.๓.๒ ตัวสาร (Message) หมายถึงเรื่องราวที่มีความหมายและผ่านการแสดงออกด้วยภาษาหรือสัญลักษณ์ ก่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารต้องรู้ข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร เพราะเป็นวัตถุประสงค์ที่แท้จริงในการส่งสาร

๒.๕.๓.๓ สื่อ (Media) หมายถึง ช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร สิ่งสำคัญคือการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสม โดยพิจารณาความต้องการของผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อสารด้วยภาษาที่กระชับ ชัดเจน สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ โดยมีองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อ ได้แก่

๒.๕.๓.๓.๑ ข้อความ (Text) ประกอบไปด้วยตัวอักษร เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวสื่อความหมาย ใช้รายละเอียดของเนื้อหาโน้มน้าวเสนอ แสดงผลในรูปแบบสี ขน

๒.๕.๓.๓.๒ ภาพนิ่ง (Image) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว ได้แก่ ภาพวาด ภาพถ่าย หรือภาพถ่ายลายเส้น ซึ่งการถ่ายทอดภาพนั้นให้ความหมายลึกซึ้งมากกว่าข้อความ ไม่มีขีดจำกัดด้านภาษา

๒.๕.๓.๓.๓ ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นภาพกราฟฟิกที่มีการเคลื่อนไหว แสดงเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง สร้างจินตนาการให้แก่ผู้ชม

๒.๕.๓.๓.๔ กราฟฟิก เป็นงานลายเส้นที่ออกแบบรูปภาพสัญลักษณ์ สื่อความหมาย โดยใช้เส้นภาพเขียน สัญลักษณ์ อาจผสมภาพถ่าย สื่อความหมายได้ทันที ตรงกับความต้องการ

๒.๕.๓.๓.๕ เสียง (Audio) ถูกจัดเก็บในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัล สามารถเสนอซ้ำกลับไปกลับมา หากมีความเข้าใจจะส่งผลต่อเนื้อหาและการนำเสนอให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะเป็นการสร้างความสนใจ และน่าติดตาม

๒.๕.๓.๓.๖ ภาพวิดีโอ (Video) เป็นการนำองค์ประกอบ ด้านข้อความ ด้านเสียง ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มานำเสนอให้ ซึ่งสร้างการดึงดูดเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการนำเสนอได้ สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบอื่นๆ

^{๕๙} นววรรณ ดันติเวชกุล, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๐), หน้า ๓๖- ๓๙.

๒.๕.๓.๔ ผู้รับสาร(Receiver) มีความสำคัญมากในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสาร ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะเชิงประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รวมไปถึงรายได้ เพราะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

๒.๕.๕ กระบวนการผลิตสื่อ

ขั้นตอนในการผลิตสื่อ การผลิตสื่อมีการทำงานหลายขั้นตอน ซึ่งสามารถแบ่งขั้นตอนการทำงานในกระบวนการผลิตสื่อเป็น ๔ ขั้นตอน ได้แก่^{๖๐}

๒.๕.๕.๑ ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ(Pre-production) เป็นขั้นตอนในการวางแผน กำหนดแนวคิดเพื่อนำเสนอ ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ กำหนดรูปแบบ ความยาว กลุ่มเป้าหมาย สถานที่ ฉาก และอุปกรณ์ต่างๆ เขียนบท เป็นต้น

๒.๕.๕.๒ ขั้นตอนระหว่างการถ่ายทำ (production) เป็นขั้นตอนในการดำเนินงาน ตามแนวทางที่วางแผนไว้ อาจมีการซักซ้อมเพื่อให้ในระหว่างการถ่ายทำสามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์

๒.๕.๕.๓ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post-production) เป็นการตัดต่อ ลำดับภาพ บันทึกเสียง และใช้เทคนิคต่างๆ เข้ามาดำเนินงาน หากถ่ายทอดได้ดีจะสามารถส่งสารไปสู่ผู้รับได้อย่างถูกต้อง

๒.๕.๕.๔ ขั้นตอนการนำเสนอจริง (On-air) เป็นการนำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมาย และมีการติดตามผล เพื่อประเมินชิ้นงานที่สร้างสรรค์ขึ้น

จากการศึกษาของ **Barker** กล่าวว่า พฤติกรรมการชมวิดีโอออนไลน์ มีดังนี้ ผู้ชมร้อยละ ๑๐.๓๙ วิดีโอต่อ หลังชม ๑๐ วินาที ผู้ชมร้อยละ ๓๓.๘๔ วิดีโอต่อ หลังชม ๓๐ วินาทีและผู้ชมร้อยละ ๕๓.๕๖ วิดีโอต่อ หลังชม ๑ นาที ผู้ชมร้อยละ ๗๖.๒๙ วิดีโอต่อ หลังชม ๒ นาที ดังนั้นการนำเสนอวิดีโอควรนำเสนอประเด็นสำคัญ อาศัยกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้ชม^{๖๑}

ดังนั้น การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ให้ตรงกับความต้องการจึงต้องนำองค์ประกอบในด้านต่างๆ มาศึกษาในงานวิจัยนี้

๒.๖ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้

ในการพัฒนาประเทศ ความรู้และความดีเป็นสิ่งต้องการไปทุกแห่งทั้งสองประการนี้ขึ้นอยู่กับปัญญา บุคคลต้องมีปัญญาเพื่อเห็นทางแห่งความถูกต้อง ความดีที่อาศัยศรัทธาอย่างเดียวไป

^{๖๐} นววรรณ ตันติเวชกุล, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๐), หน้า ๑๘๓-๑๘๔.

^{๖๑} Barker, M., et al, **Social Media Marketing: A Strategic Approach**, (International Edition, United States: South-Western, Cengage Learning, 2013), p.148.

ไม่ได้ไกล จึงจำเป็นต้องมี ปัญญา นำ เพราะการใช้ศรัทธาอย่างเดียวนั้น การพัฒนาจะเปลี่ยนแปลง หรือตามไม่ทันเหตุการณ์ ดังนั้น การพัฒนาที่สร้างสรรค์ต้องตั้งอยู่บนฐานของปัญญาอยู่ตลอดเวลา หากการพัฒนา คือ มีปัญญาขึ้นเท่านั้น มันจะ ทำให้สิ่งต่าง ประสานสอดคล้องลงตัวไปหมด มนุษย์ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการสร้างสรรค์และการ พัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและทางด้าน สังคมของประเทศ ถ้ามนุษย์ขาดปัญญาหรือไม่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์ และการ พัฒนาดังกล่าวก็จะได้ผล เพราะฉะนั้น เราจึงต้องการคนที่แข็งแรง มีสุขภาพดีมี ปัญญาเป็นคนดีมี สติปัญญาเป็นคนดีคุณภาพและมีประสิทธิภาพสำหรับการพัฒนาตนเองและประเทศ^{๒๒}

๒.๖.๑ ความหมายและความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้

ความหมายและความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้มีผู้ให้ความหมายและชี้ให้เห็น ความสำคัญอย่าง กว้างขวาง โดยสาระสำคัญคือ กระบวนการพัฒนาบุคคลในทุก ๆ ด้าน ได้สรุปว่า การศึกษาที่เหมาะสมกับยุค โลกาวัดในศตวรรษที่ ๒๑ คือ ต้องเป็นการศึกษาตลอดชีวิตมีความหมาย คลุมไปถึงการเรียนรู้วิธีการปรับตัว

เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในการทำงาน และมีความหมายรวมไปถึงการก่อรูปร่างบุคลิกภาพ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ มีการเรียนรู้เวลาใดได้ตลอดชีวิต โดยการเรียนรู้ในการศึกษาตลอดชีวิตมี สาระสำคัญ ๔ ประการ คือ ๑. การเรียนรู้ เน้นการเรียนรู้ความรู้ทั่วไปอย่างกว้าง ๆ ผนวกกับการ เรียนวิชาจำวนหนึ่งอย่างลึกซึ้ง กล่าวคือ เป็นการเรียนรู้วิธีการเรียนรู้เพื่อให้ได้ประโยชน์จากโอกาส ทางการศึกษาตลอดชีวิตด้วย ๒. การเรียนรู้เพื่อทำ คือ การฝึกหัดอาชีพหรือการทำงานจำเป็นต้อง พัฒนาความสามารถเผชิญหน้าใน สถานการณ์ที่หลากหลาย ที่ไม่ได้คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นและ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ๓. การเรียนรู้เพื่อเป็น ทุกคนจำเป็นต้องมีอิสระเพิ่มขึ้น มีการ ตัดสินใจที่ถูกต้องและมีความรู้สึก รับผิดชอบต่อการงานของตน ๔. การเรียนรู้เพื่ออยู่ร่วมกันต้อง เข้าใจผู้อื่น และเข้าใจธรรมเนียมประเพณีและจิตใจของผู้อื่น

การเรียนรู้ด้วยตนเองมีแนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีกลุ่มมานุษยนิยม (Humanism) ซึ่งมีความเชื่อเรื่องความเป็นอิสระ และความเป็นตัวของตัวเองของมนุษย์ ดังที่มีผู้กล่าวไว้ว่า มนุษย์ ทุกคน เกิดมาพร้อมกับความดี มีความเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง สามารถหาทางเลือกของตนเอง มีศักยภาพและพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไม่มีขีดจำกัด มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อผู้อื่น ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับนักจิตวิทยามานุษยนิยม (Humanistic Psychology) ที่ให้ความสำคัญ ในฐานะที่ผู้เรียนเป็นปัจเจกบุคคล และมีแนวคิดว่ มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพ และมีความโน้มเอียงที่จะ ใส่ใจ ใฝ่รู้ ขวนขวายเรียนรู้ด้วยตนเอง มนุษย์สามารถรับผิดชอบพฤติกรรมของตนเองและถือว่าตนเอง เป็นของมีค่า

^{๒๒} ประเวศ วะสี. แนวคิดเกี่ยวกับระบบพัฒนาการเรียนรู้, สานปฏิรูป ๒, ๒๕๔๒ หน้า ๓๑.

๒.๖.๒ ความหมายของการเรียนรู้ด้วยตนเอง

โนว์ล (Knowles) กล่าวว่า การเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็น กระบวนการซึ่งผู้เรียนแต่ละคนมีความคิดริเริ่มด้วยตนเอง (โดยอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่นหรือไม่ ต้องก็ได้) ผู้เรียนจะทำการวิเคราะห์ความต้องการที่จะเรียนรู้ของตน กำหนดเป้าหมายในการเรียนรู้ แยกแยะแจกแจงแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ทั้งที่เป็นคนและอุปกรณ์คัดเลือกวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสม และประเมินผล การเรียนรู้นั้น ๆ การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นการเรียนที่เกิดจากความสมัครของเด็ก มิใช่ บังคับ

สิ่งที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพของการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning) คือ ความสามารถและความตั้งใจของบุคคล นั่นคือ ผู้เรียนมีทางเลือกเกี่ยวกับทิศทางที่ต้องการไป แต่ สิ่งที่จะต้องมีความรู้คู่กันไปด้วย คือ ความรับผิดชอบและการยอมรับต่อสิ่งที่ตามมาจากความคิดและการกระทำของตนเอง

ผู้เรียนแบบ Self-Directed จะประสบความสำเร็จได้มักจะมีลักษณะที่มี Self-Concept ทางบวก พร้อมทั้งจะเรียนแบบ Self-Direction มีประสบการณ์และมีรูปแบบการเรียนรู้เป็นของตนเอง โดยการเรียนแบบนี้ จะเน้นที่ลักษณะของผู้เรียน (ปัจจัยภายใน) ที่จะช่วยสร้างให้ผู้เรียน ยอมรับความรับผิดชอบต่อความคิดและการกระทำของตน และจะให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก ที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ได้ ปัจจัยภายในและภายนอกนี้ จะสามารถเห็นได้จาก ความต่อเนื่องในการเรียนรู้และสถานการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม

ขณะที่ลักษณะของบุคลิกของบุคคล การสอน กระบวนการการเรียนรู้ เป็นจุดเริ่มต้นของการ ทำความเข้าใจนั้น การเรียนแบบ Self-Directed บริบททางสังคมจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ หรือผลที่จะได้ เพื่อจะเข้าใจกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Self-Directed อย่างแท้จริงทั้งนี้ จะต้องตระหนัก ถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน ผู้สอน แหล่งทรัพยากร และมิติทางสังคมด้วย

ศิรินนท์ สามัญ^{๖๓} ได้ให้ความหมายว่า การเรียนรู้ด้วยตนเอง หมายถึงการเรียนรู้ที่มีกระบวนการเป็นระบบ ผู้เรียนมีส่วนร่วมหรือถูกกระตุ้นให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบในการควบคุมการเรียนรู้ของตนเอง ผู้เรียนวิเคราะห์ความต้องการของตน กำหนดเป้าหมาย จุดประสงค์ที่จะพัฒนาทักษะการเรียนรู้ วางแผนการเรียนรู้โดยเลือกและออกแบบยุทธศาสตร์การเรียนรู้ให้บรรลุเป้าหมาย

๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการทอ่งเทียว

การสร้างเครือข่ายการทอ่งเทียวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การร่วมมือของชุมชน องค์กร โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน ศาสนา

^{๖๓} ศิรินนท์ สามัญ, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, ๒๕๔๑, หน้า ๒๑.

ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา เพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายใต้วัตถุประสงค์ร่วมกัน

๒.๗.๑ ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองยังเป็นบริบทที่สำคัญในอนาคตที่ส่งกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้ประชาชนตระหนักสูงขึ้นในการให้ความสำคัญกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างจับตาเฝ้ามองความเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง และการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันภาครัฐมีการกำหนดมาตรฐานส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากบทเรียนของการพัฒนาประเทศ โครงการพัฒนาหลายโครงการเป็นโครงการที่ดีแต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากมองที่โครงการเป็นตัวตั้งไม่ได้มองที่ประชาชน ดังนั้น การให้บทบาทและความสำคัญของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นเจ้าของ เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืนในส่วนขององค์กรประชาชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เห็นว่าหากจะให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยั่งยืนต้องมองที่ชุมชนเป็นศูนย์กลาง จึงเกิดแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น รศ.ดร.วีระพล ทองมากล่าว "การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community base sustainable tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนโดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม ๕ ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ ในช่วง ๒ - ๓ ปี ที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายๆ ความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม^{๒๔} การจัดการด้านโฮมสเตย์ ที่ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ แต่จากการที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีจำกัดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชาติวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งผู้ดูแลหรือเป็นเสมือนเจ้าของก็คือ ประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้น ๆ ว่าจะมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างไร เพราะทรัพยากรทุกอย่างต้องมีข้อจำกัดในการใช้ทั้งสิ้นอย่างไรคือการใช้อย่างยั่งยืน และเป็นไปได้หรือไม่ที่จะดำเนินการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และควรทำอย่างไร เมื่อ "ชุมชน" กลายเป็น "สินค้า" หรือ "เครื่องมือ" ที่เป็นทั้งผู้กระทำ

^{๒๔} วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนาง, "ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่", รายงานการวิจัย (เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ๒๕๕๗), หน้า ๒๔.

และผู้ถูกกระทำ ในขณะเดียวกันเป็นสิ่งที่ทำลายและละเอียดอ่อนอย่างยิ่ง เสมือนกับการที่ต้องคำนึงถึงความรู้สึก ความยินดีของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นผู้ที่ถูกกล่าวอ้างถึงอยู่ตลอดเวลาในการที่รัฐบาลจะดำเนินการพัฒนาใด ๆ จึงต้องให้ความสำคัญต่อชุมชนในระดับต้นๆ และชุมชนต้องได้รับประโยชน์ อยู่เสมอเมื่อชุมชนมาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็จะมีค่าใหม่ ๆ เกิดขึ้น อาทิเช่น การท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวผ่านชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน ก็ขึ้นอยู่กับนิยามแห่งการสื่อความหมายต่อคำดังกล่าว แต่ที่แน่นอนก็คือ “ชุมชน” เป็นสิ่งที่ต้องถูกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และอย่างไรคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน “Community Based Tourism : CBT” ที่เหมาะสมอันจะเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมและเห็นผลการท่องเที่ยวโดยชุมชน : “Community-based Tourism : CBT” เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่น และผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ของ CBT : มุ่งองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

- ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูล และคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคีทำงานร่วมกันได้

- ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรัก และหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

- การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน :Community-based Tourism : CBT ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนเองมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายรวมถึง ร่วมในทุกๆสิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

- มีส่วนร่วม มีได้อย่างไร กรสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น กรแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่นพบว่าชุมชน

จัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

- ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน : Community-based Tourism CBT ทุกอย่างที่ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่ สิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น ซึ่งมีผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ได้แก่

๑) ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกัน สร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวัง และความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็น

๒.๘ บริบทของพื้นที่วิจัย

๒.๘.๑ วัดโสธรวรารามวรวิหาร เป็นอารามหลวงชั้นตรีที่มีความเก่าแก่ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่รวมประมาณ ๓๓,๗๖๘ ตารางเมตร สันนิษฐานว่าพระอารามแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายโดยชาวบ้านผู้มีความศรัทธาในพระพุทธ ศาสนา และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานใน พ.ศ. ๒๔๙๗ ในยุคเริ่มต้นวัดโสธรวรารามวรวิหารมีนามเดิมว่า “วัดหงส์” ชื่อเรียกดังกล่าวเป็นการตั้งตามลักษณะเด่นของวัดซึ่งมีเสาหงส์ปรากฏอยู่ในบริเวณวัด ดังที่ทราบกันว่า เสาหงส์ถือเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของชาวมอญและชุมชนชาวมอญ ต่อมาวัดแห่งนี้ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น พระอารามหลวงใน พ.ศ. ๒๕๐๓ และเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดโสธรวรารามวรวิหาร” ตามชื่อของพระคูเมืองที่ประดิษฐาน อยู่คือ “หลวงพ่อโสธร” ซึ่งเป็นที่เคารพบูชาของชาวฉะเชิงเทรา และชาวพุทธทั่วประเทศ

กล่าวกันว่าผู้คนส่วนมากที่มาสักการะและขอพรต่อองค์พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์นี้ มักสมหวังในสิ่งที่ปรารถนา ในเรื่องต่าง ๆ เช่น ผู้ที่มาขอพรมักจะอธิษฐานให้ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ เช่น โชคลาภ การค้าขาย สุขภาพ และการบำบัดรักษาโรค ความเจริญรุ่งเรืองในหน้าที่การงาน การแคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งหลาย ฯลฯ เป็นเหตุให้ ผู้คนบอกเล่าต่อกัน จนทำให้หลวงพ่อพุทธโสธรเป็นพระพุทธรูปที่ได้รับการรู้จักและศรัทธาอย่างกว้างขวางทั้งในระดับ ท้องถิ่นและในระดับประเทศ วัดพระอาราม^{๒๕}

^{๒๕} วชิรพงศ์ มณีนันทวิวัฒน์, วัดพระอารามหลวงในกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ, ศูนย์ศิลปะวัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา : บริษัทเอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซต จำกัด, ๒๕๖๔, หน้า ๑๕.

พระพุทธรูป หรือที่โดยทั่วไปนิยมเรียกว่า หลวงพ่อโสธร ตามประวัติความเป็นมากล่าว ว่าประดิษฐานที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ตั้งแต่ราว พ.ศ. ๒๓๑๓ มีตำนานแสดงถึงพุทธานุภาพอันศักดิ์สิทธิ์ที่เล่าขานสืบต่อกันมาว่าเดิมทีนั้นประดิษฐานอยู่ทาง ภาคเหนือ ต่อมาบ้านเมืองเกิดเหตุการณ์ระส่ำระสายจึงได้แสดงปาฏิหาริย์ลอยน้ำลงมาพร้อมกับพี่น้อง ๓ องค์ พระพุทธรูปองค์ที่มีขนาดใหญ่ลอยไปถึงแม่น้ำแม่กลอง ชาวประมงอัญเชิญขึ้น ประดิษฐานไว้ที่วัดบ้านแหลม จังหวัดสมุทรสงคราม และเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “หลวงพ่อบ้านแหลม” พระพุทธรูปองค์เล็กลอยเข้าไปที่คลองบางพลี คือหลวงพ่อโต วัดบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนพระพุทธรูปองค์กลางนั้นลอยไปทางแม่น้ำบางปะกง เมื่อมาถึงบริเวณหน้าวัดหงส์ ชาวบ้าน จำนวนมากช่วยกันยกอุดแต่ก็ไม่สามารถนำขึ้นจากน้ำได้ จนมีอาจารย์ผู้หนึ่งได้ทำพิธีบวงสรวง และใช้ ด้ายสายสิญจน์คล้องพระหัตถ์อัญเชิญขึ้นจากน้ำเป็นอันสำเร็จ วัดหงส์นี้กาลภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น วัดโสธร และขนานนามพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์นี้ตามชื่อวัดคือ “หลวงพ่อโสธร”^{๖๖}

๒.๘.๒ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี เป็นชุมชนเก่าแก่ มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๓ ส่วนใหญ่เป็น ชาวไทยเชื้อสายจีน ตั้งแต่อดีตที่แห่งนี้มีความคับคั่งด้วยผู้คนที่มาประกอบอาชีพค้าขาย เป็นตลาดบก ริมน้ำที่เจริญรุ่งเรืองมากซึ่งจะดูได้จากอาคารบ้านเรือนที่ปลูกสร้างติด ๆ กัน และอยู่ชิดริมน้ำแทบทุก หลัง และเป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ เป็นตลาดเก่าอายุกว่า ๑๐๐ ปี จากหลักฐานที่ปรากฏในจดหมายเหตุ พระราชกิจรายวันในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า เจ้าอยู่หัว จ.ศ. ๑๒๖๙ (พ.ศ. ๒๔๕๐) ได้เสด็จมาที่ตลาดบ้านใหม่เมื่อวันเสาร์ เดือนยี่แรมแปดค่ำ ทรง ทอดพระเนตรตลาดไปจนสุดตลาด

แม้ว่าวันเวลาผ่านพ้นไปนานเป็นร้อยปีแต่ความสำคัญของตลาดริมน้ำแห่งนี้ก็ยังคง ดำรง อยู่จนถึงปัจจุบันด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาคารห้องแถวที่มีอายุยาวนานมาตั้งแต่สมัยรัชกาล ที่ ๕ และยังคงสภาพเหมือนเดิมมาจนถึงปัจจุบัน ห้องแถวในตลาดใหม่มากกว่า ๖๐ ห้องยังคงเป็น บ้านไม้แบบโบราณทั้งหมดประตูไม้พับมีช่องทางเดินตรงกลางลักษณะ หน้าบ้านหันหน้าเข้าหากัน ภายในชุมชนตลาดก็ยังมีคนรุ่นคุณปู่คุณย่า อาศัยพำนักอยู่ และยังคงรักษาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้อย่าง น่ายกย่องเป็นภาพวิถีชีวิต ที่คอยบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ในอดีต ให้กับผู้มาเยือนได้เห็นเป็นอย่างดี

เมื่อ พ.ศ. ๒๕๔๗ ชุมชนบ้านใหม่พร้อมใจฟื้นฟูตลาดชุมชนอายุกว่า ๑๐๐ ปี เปิดตลาด บ้านใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมวิถีชีวิตย้อน ยุค ตลาดบ้านใหม่ เป็นแหล่งรวมอาหารอร่อยเมนูแบบโบราณ ให้เลือกชิมอาหารรสอร่อย เลือกซื้อ ของฝากจากแปดริ้วในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ อีกทั้งอาคารบ้านเรือนทั่วไปได้รับ

^{๖๖} เลิศลักษณ์ บุญเจริญ, โสธรวรารามวรวิหาร มงคลคู่แปดริ้ว (ที่ระลึกในงานพระราชพิธียกยอด ฉัตรพระอุโบสถหลังใหม่), กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดาวฤกษ์ จำกัด, ๒๕๕๔, หน้า ๗๘.

การปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดีขึ้น ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัด
ฉะเชิงเทรา อีกแห่งหนึ่ง^{๖๗}

๒.๘.๓ วัดสมานรัตนาราม (ใหม่ขุนสมานเพ็ญนคร) ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง หมู่ที่ ๑๑
ตำบลบางแก้ว (ตำบลไผ่เสวกเดิม) อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และใกล้กับโครงการเขื่อนทดน้ำ
บางปะกง มีเนื้อที่ตามโฉนดวัด ๒๖ ไร่ ๓ งาน ๕๐ ตารางวา และเมื่อวันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒
พระปลัดไพรัตน์ (นิง) ปัญญะโร ได้รวบรวมผู้มีจิตศรัทธาซื้อที่ดินเพิ่มเติมอีก ๑๔ ไร่ ๑ งาน ๓๖
ตารางวา

ตามคำบอกเล่าของผู้อาวุโสผู้แก่ในสมัยนั้นเล่าสืบกันต่อกันมาว่า มีครอบครัวหนึ่งอยู่ใน
ฐานะมั่นคงเป็นคนดีมีคุณความดี คือ ครอบครัวท่านขุนสมานจินประชา (เดิมชื่อจ่าย) เมื่อท่าน
ขุนสมานจินประชาถึงแก่กรรมแล้ว ภรรยาทั้ง ๒ ของท่านขุนสมานจินประชานางทิม สืบสมาน และ
นางผ่องสืบสมาน (เพ็ญนคร) พร้อมด้วย นางยี่สุน วริยะพานิช (ผู้เป็นน้องสาว) มีความศรัทธาคิดจะ
สร้างวัด เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้สามีผู้ล่วงลับ จึงได้ดำเนินการสร้างวัด ปรากฏตามหลักฐาน เมื่อ พ.ศ.
๒๔๒๒ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.๕) ทรงเสด็จทางชลมารคผ่านมาได้
ทรงแวะเยี่ยมวัด นอกจากนี้บริเวณท่าน้ำหน้าวัดยังมีพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขของค์ใหญ่ที่สุดใน
ประเทศไทย มีความสูง ๑๖ เมตร ความยาว ๒๒ เมตร ความหมายของพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุข
คือ ความสุขสบาย ความสุขบริบูรณ์มั่งคั่งพร้อมทุกด้านรื่นรมย์ ไร้ทุกข์ ไร้ความเศร้าหมอง อิ่มหนำ
สำราญ มีกิน มีใช้คลาภ จะนำความสุขสบายมาสู่ผู้บูชาถือเป็นมหามงคลสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่คู่
ประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทราอีกด้วย^{๖๘}

ในงานวิจัยนี้ได้เลือกพื้นที่ในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากชุมชนที่มีประวัติศาสตร์มา
ยาวนาน รวมไปถึงสถาปัตยกรรมที่เป็นอัตลักษณ์

๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ สารบรรณ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนต่อ
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการเสริมสร้าง
ศักยภาพของชุมชนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา โดยรวม (วัดศรีโคมคำ
(วัดพระเจ้าตนหลวง) วัดอนาลโยทิพยาราม (ดอยบุษราคัม) และวัดพระเจ้านั่งดิน) อยู่ในระดับปาน
กลาง (X = ๓.๑๐) วัดอุประสงค์ชื่อที่ ๑ ศักยภาพของชุมชนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

^{๖๗} อ้างถึงแล้ว, ๒๕๖๔, หน้า ๒๒.

^{๖๘} นิคม โขมะนาม, การจัดการวัดไทยเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัดสมานรัตนาราม อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, วารสารศิลปกรรมบูรพา, ๒๕๕๘, หน้า ๑๐๑-๑๑๔.

จังหวัดพะเยา ๑) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวของวัดอยู่ในระดับปานกลาง ๒) ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ๓) ด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา ควรเริ่มจากคนในชุมชนต้องมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน คิดถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตน รวมทั้งให้หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องออกนโยบาย และจัดทำโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน และวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ วิเคราะห์ศักยภาพและเครือข่ายของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา ทั้ง ๓ วัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ค่อนข้างพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละวัดมีสิ่งที่จะพัฒนาแตกต่างกันเป็นอันดับต้น ๆ^{๖๙}

กฤษนันท์ แสงมาศ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบ GPS เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปราสาทโบราณจังหวัดสุรินทร์ ผลวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปขั้นพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกตามปราสาทโบราณสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่การวิจัย มีสภาพที่เก่าถูกการใช้งานมาหลายปี สิ่งอำนวยความสะดวก ที่เป็นส่วนช่วยเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจเข้าถึง แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม ยังไม่มีที่มีความหลากหลายที่สามารถเลือกศึกษาได้ แผ่นพับที่ปรากฏมีเพียง ปราสาทบ้านพลวง ตำบลบ้านพลวง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ เท่านั้น ที่สามารถให้บริการได้ ก่อนเข้าเที่ยวชม พร้อมทั้งเสียค่าบริการ จัดทำขึ้นโดยกรมศิลป์ นอกจากนั้นคือ ปราสาทภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ยังไม่มีการบริการแผ่นพับที่มีคุณภาพที่สามารถบอกพื้นที่ท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้ และข้อมูลด้านอื่นๆ น้อย ปราสาทบ้านไพล ตำบลเชื้อเพลิง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ ยังไม่มีการบริการแผ่นพับ และข้อมูลการเข้าถึงน้อยมากทั้งทั้งที่พื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมในสถานที่ชุมชนมีฐานการเรียนรู้ และสามารถเสริมการท่องเที่ยวตามแบบวิถีชุมชนได้ส่วนมากเป็นข้อมูลที่ต้องเข้าศึกษาดูในอินเทอร์เน็ตเสียส่วนใหญ่ แต่ข้อมูลก็ไม่ครอบคลุมในด้านอื่นๆ ที่จำเป็น ปราสาทตาควาย ตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ถือเป็นปราสาทที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าเที่ยวชมเพราะมีความน่าสนใจ ทั้งแหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์ และอยู่ติดเขตแดนระหว่าง ราชอาณาจักรไทยและราชอาณาจักรกัมพูชาสร้างความน่าสนใจมาก พื้นที่ได้รองรับทั้งสถานที่จอดรถ ห้องน้ำร้านอาหารเครื่องดื่ม และสามารถดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวได้ สิ่งที่ขาดการนำเสนอในพื้นที่นี้คือ แผ่นพับ ที่สามารถบอก ความเป็นมา การสร้าง งานประเพณีประจำปี การให้ความสำคัญของระหว่าง ๖ ประเทศ และกิจกรรมอื่นๆที่สำคัญ ตลอดถึง เพิ่มเติมแหล่ง

^{๖๙} สุเทพ สารบรรณ และคณะ, กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา, **รายงานการวิจัย**, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตพะเยา, ๒๕๖๐).

ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่แถบบริเวณนั้นได้ จึงถือเป็นเรื่องที่น่าเสียดายเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเป็นต้น^{๗๐}

ชนัญญ์ พงศ์ธราธิก ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) สภาพและความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีคุณภาพและสนใจกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้ง ๕ ด้าน โดยเน้นการพักผ่อนและการรับประทานอาหาร และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ๕ ด้าน อยู่ในระดับมาก ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก และศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ๒) ผลการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จคือการบูรณาการร่วมกันในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยส่งเสริมจุดเน้นในแต่ละอำเภอให้มีความเข้มแข็งในศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ๓) ผลการพัฒนากลยุทธ์ ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะประสบความสำเร็จควรเริ่มจาก การสัมผัสใหม่แห่งการเดินทาง (Feel a Journey) โดยเน้นมิติสัมผัสทางวัฒนธรรมรูปแบบ AGILE และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ๕ ด้าน ผ่านกลไก "HIPSKMTBB" Inclusive Model และนำกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๘ กลยุทธ์ ได้แก่ “ACTIVE+ME” มาส่งเสริมศักยภาพในด้านการดึงดูดใจ ส่งเสริมศักยภาพในด้านการรองรับ และส่งเสริมศักยภาพในด้านการบริหารจัดการ โดยทุกภาคส่วนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Growth : SDG) และ ๔) ผลการประเมินความเป็นไปได้เชิงศักยภาพของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผ่านและอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งในขั้นตอนการนำเสนอกลยุทธ์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทั้งหมดได้เสนอให้นำไปขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป^{๗๑}

ธนากร ทองธรรมสิริ และโอชญญา บัวธรรม ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์เป็นเมืองเก่ามีศักยภาพของพื้นที่ตรงตาม

^{๗๐} กฤษนันท์ แสงมาศ และคณะ, การพัฒนาระบบ GPS เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปราสาทโบราณจังหวัดสุรินทร์, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์, ๒๕๖๑).

^{๗๑} ชนัญญ์ พงศ์ธราธิก, การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, ปริญญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ, (คณะพลศึกษา: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๔).

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ๕ ประการ ได้แก่ มีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางสะดวก (Accessibility) มีบริการที่พัก (Accommodation) มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) ศักยภาพของเขตพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ภายในชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องช่วยเหลือด้านงบประมาณการจัดการทำนุบำรุงอาคาร สถานที่ ประชาชนในชุมชน ต้องมีการวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมในชุมชนให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยว และคนในชุมชนต้องช่วยรักษาสภาพชุมชนให้มีความสะอาด และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายในชุมชน^{๗๒}

อัจฉพร เถลิ้มชิต และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก ๒) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.524$ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.555$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม ๒) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.247$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม^{๗๓}

^{๗๒} ธนากร ทองธรรมศิริ และโอชัยญา บัวธรรม, แนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔), หน้า ๒๑-๓๔.

^{๗๓} อัจฉพร เถลิ้มชิต และคณะ, การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, รายงานการวิจัย, (หลักสูตรการจัดการ หลักสูตรการบัญชี และหลักสูตรรัฐศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒).

นภธร ศิวารัตน์ ได้ศึกษาเรื่อง การยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนสร้างสรรค์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการวิจัย พบว่า (๑) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ หมู่บ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอมะนังมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม หมู่บ้านโคกโก่ง ตำบลกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ หมู่บ้านสนามชัย ตำบลโพธิ์เมือง อำเภอบางบาล จังหวัดร้อยเอ็ด และหมู่บ้านป่าเหลื่อม ตำบลดอนช้าง อำเภอมะนังขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น (๒) กลยุทธ์เพื่อยกระดับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนสร้างสรรค์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์ให้มีความทันสมัยและเป็นเลิศในด้านท่องเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน กลยุทธ์ตัวแสดง และวิธีหนุนเสริม กลยุทธ์การร่วมคิดร่วมทำด้วยความพร้อมใจ^{๗๔}

อุดมลักษณ์ เฟื่องนรพัฒน์ ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ มี ๕ ยุทธศาสตร์ ๒๕ กลยุทธ์ ๙๐ มาตรการ ๘๖ ตัวชี้วัด ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การผลักดันจังหวัดศรีสะเกษเป็นศูนย์กลางความหลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเขตอีสานใต้ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการแข่งขันเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ และยุทธศาสตร์ที่ ๕ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน ชุมชนและเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานของทุนทางสังคมวัฒนธรรม ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์พบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและความเป็นไปได้ในระดับมาก^{๗๕}

นราวดี บัวขวัญ และปรัชญากรณ ไชยคช ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ ๒ ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนที่มีคุณสมบัติและความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้น ๓๕๕ ชุมชนทั่วประเทศ โดยให้ชุมชนเป็นผู้กรอกข้อมูลชุมชนด้วยตัวเอง ผ่านระบบฐานข้อมูลที่ได้รับการออกแบบ การทำงานใน

^{๗๔} นภธร ศิวารัตน์, “การยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนสร้างสรรค์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์”, ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์), (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒).

^{๗๕} อุดมลักษณ์ เฟื่องนรพัฒน์, “ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ”, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๐), หน้า ๒๘-๔๓.

ลักษณะของ Cloud Platformเลือกใช้ฐานข้อมูลเป็น NoSQL แทน Relational Database ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับข้อมูลขนาดใหญ่ งานผ่าน Internet หรือ ๔G และสามารถเปิดใช้ได้ตลอดโดยบนมือถือคอมพิวเตอร์ PCหรือ Tablet ด้านมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศพบว่า ภาคเหนือ ชุมชนมีมาตรฐานด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ ชุมชนมีมาตรฐานด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นอันดับ ๑ ในด้านการส่งมอบฐานข้อมูลทำได้ ๒ รูปแบบ คือ ส่งมอบระบบฐานข้อมูลไปทั้งระบบโดยให้หน่วยงานที่รับไป ดำเนินการผ่านระบบยังอยู่ใน Flat form หรือส่งมอบข้อมูลทั้งหมดด้วยโปรแกรม Excel หรือโปรแกรมอื่นขึ้นอยู่กับความประสงค์ของหน่วยงานรับมอบ ในด้านการจัดทำแผนสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย การแบ่งส่วนการตลาดสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และกิจกรรมการท่องเที่ยว จัดทำกลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (Value Proposition) อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยต้องได้รับการพัฒนาการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อนที่สำคัญที่สุด และการพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว^{๓๖}

สมบุรณ์ เวสน์ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่องซึ่ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและศักยภาพจำนวน ๔๗ แห่ง ผู้วิจัยจึงมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสร้างแผนที่ข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ รูปแบบวัฒนธรรม และกิจกรรมของพื้นที่ โดยในส่วนของเรื่องราว ความเป็นมาและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้นำมาลำดับเป็นแผนภาพข้อมูลแผนที่เชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการเพิ่มศักยภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ในด้านการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว ทางด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม และการเชื่อมโยงระบบขนส่ง การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และมีแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่องโดยการกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามหลักการของ STP คือ การแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย และกำหนดจุดยืนของ

^{๓๖} นราวดี บัวขวัญ และปรัชญากรณ ไซยคช, “การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ ๒”, รายงานการวิจัย, (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.), ๒๕๖๒).

การตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว มีแนวทางการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง^{๗๗}

อัจฉรพร เกลิมชิต และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก ๒) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.524$ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.555$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม ๒) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.243$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม^{๗๘}

สุพุมภรณ์ ชันศรี ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมงานเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระยอง ๔๔ โดยใช้สื่อทั้งสิ้น ๕ รูปแบบ คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายคำทเอาท์ โรล-อัพและเว็บไซต์ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน ๓๖๗ คน โดยใช้แบบสอบถามพบว่า ๑) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายได้รับรู้ข่าวสารงานและรายละเอียดของงานจากสื่อทั้ง ๕ ประเภท ๒) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อทั้งหมดคือให้ความรู้และข้อมูลตามที่ต้องการได้ดังนี้ ๒.๑) ป้ายคำทเอาท์เหมาะสำหรับประชาสัมพันธ์ภายนอกให้ความรู้กับผู้เดินทางผ่านได้ดี ๒.๒) โรล-อัพ ๔ แบบให้ความรู้ในบริเวณงานเกี่ยวกับตำบลระยอง ภูมิประเทศ สถานที่ท่องเที่ยว อาชีพและธุรกิจของชุมชนได้ดี ๒.๓) เว็บไซต์เหมาะสำหรับการให้ความรู้กับผู้ที่ต้องการหาสถานที่ท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของ ททท. ทำให้รับรู้ในวงกว้าง ๒.๔) แผ่นพับและ ๒.๕) โปสเตอร์ อย่างละ ๒ แบบเป็นสื่อที่ใช้ได้ทั้งก่อนและ

^{๗๗} สมบูรณ์ เวสน์ และคณะ, “การพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง”, รายงานการวิจัย, (สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.), ๒๕๖๒).

^{๗๘} อัจฉรพร เกลิมชิต และคณะ, “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”, รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

ภายในวันงานทำให้ทราบรายละเอียดของสถานที่จัดงาน ภูมิประเทศ อาชีพ สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ข้อมูลอาหารและผลไม้ สื่อกำหนดได้สวยงามน่าสนใจ สรุปสื่อทุกสื่อดีและเหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระยอง ผู้จัดควรจัดงานนี้ทุกปีเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง การเดินทางง่ายและสะดวก ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว การจัดงานครั้งต่อไปควรเผยแพร่ในสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วย ระยะเวลา สถานที่การเผยแพร่ให้มีความถี่มากขึ้น และควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งอื่น ๆ เช่น จันทบุรีที่มีฤดูกาลของผลไม้ด้วยเช่นกัน^{๗๙}

ยุชิตา กันหาหมิง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไทรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า ๑) รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชน คือ การกราบสักการะหลวงพ่อโต หลวงพ่อเพชร ไหว้ศาลท้าวแสนปม เยี่ยมชมวัดวังพระธาตุ เจดีย์เจ็ดยอด วัดพระปรารักษ์ วัดท้ายเกาะ และต้นหว้าใหญ่ ๒) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอยู่ในช่วงอายุระหว่าง ๒๐-๓๐ ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จัก คือ วัดวังพระธาตุและศาลท้าวแสนปม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำการในการมาเที่ยว คือ การเที่ยวชมวัดวังพระธาตุ กราบสักการะหลวงพ่อโต หลวงพ่อเพชร ศาลท้าวแสนปม และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการกระทำการในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป คือ การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน การละเล่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน^{๘๐}

กรกนก นิลดำ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแถบตะวันตกและชาวไต้หวันมาท่องเที่ยวมากกว่าชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีจุดประสงค์เพื่อต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีคนชาติพันธุ์หลากหลายชนเผ่า จึงมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและชาติพันธุ์สูง ซึ่งชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวทั้งพักค้างคืนและไม่ค้างคืน ผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวและมาด้วยตัวเองในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวด้วยตัวเองโดยแวะเป็นทางผ่านเพื่อไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยพบปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือ นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว เพียงแต่เป็นทางผ่านเท่านั้น วิธีการดำรงชีวิตประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป ขาดการสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ

^{๗๙} สุพมาภรณ์ ชันธศรี, “การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์”, การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, ๒๕๕๑, หน้า ๖๐๑-๖๐๗.

^{๘๐} ยุชิตา กันหาหมิง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไทรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร”, รายงานการประชุมระดับชาติและนานาชาติ, ๒๕๖๒, หน้า ๘๓๖-๘๔๖.

ชาติพันธุ์ อีกทั้งพบว่า มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่คล้ายกัน ตลอดจนขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักจากหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่น^{๘๑}

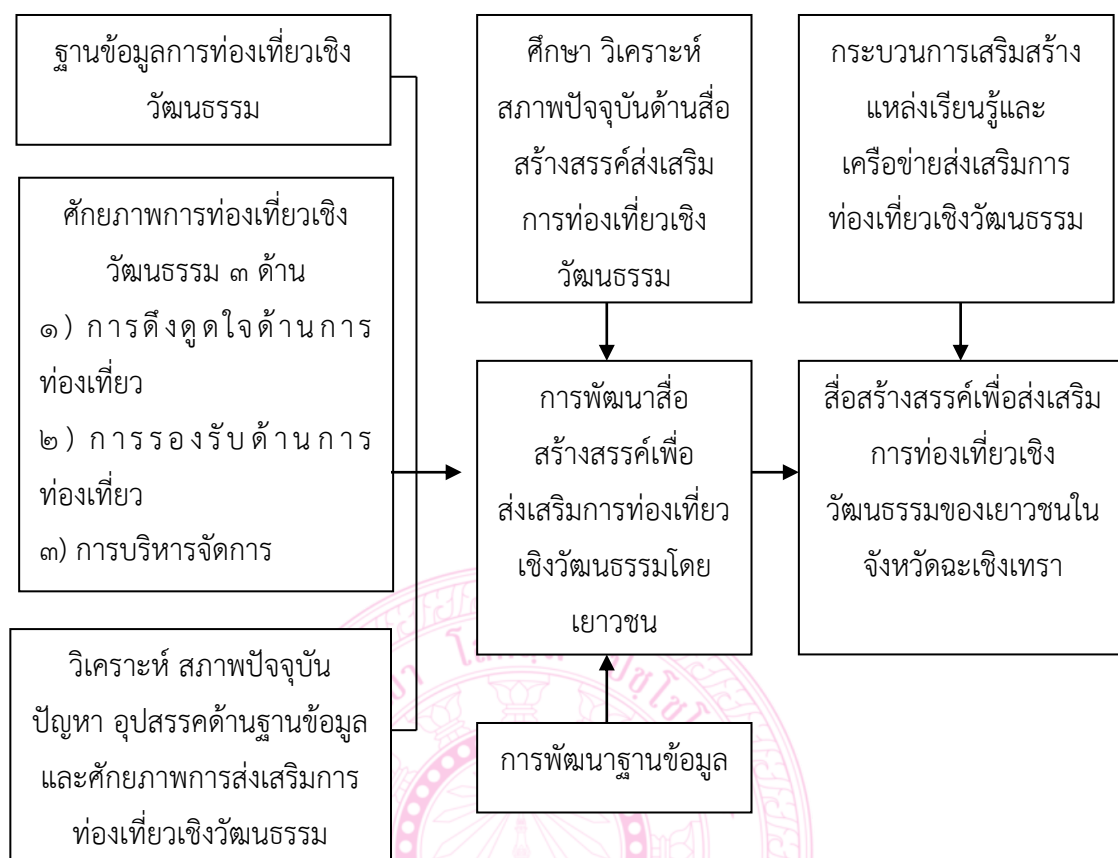
วิลาสินี ธนพิทักษ์ ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการพบว่า (๑) ชุมชนศึกษาเรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจวางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) และสร้างเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง (๒) ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิต และสามารถ เป็นต้น แบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้^{๘๒}

๒.๑๐ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed-Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่วิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ๓ ชนิด คือ (๑) แบบสัมภาษณ์ (๒) แบบสอบถาม (๓) แบบสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอด้วยตาราง และอธิบายเพิ่มเติม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หลังจากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุปจากแบบสำรวจ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบและวิธีวิจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ ๒.๑ ดังนี้

^{๘๑} กรรณก นิลดำ และคณะ, “แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย”, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒, ๒๕๖๒): หน้า ๒๒๐-๒๓๗.

^{๘๒} วิลาสินี ธนพิทักษ์, “การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง”, วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๒๘-๓๘.



แผนภาพที่ ๒.๑ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการดำเนินวิจัยที่หลากหลาย โดยการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยการใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) แล้วนำเสนอผลการศึกษาตามแบบวิธีการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มุ่งพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งได้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการดำเนินวิจัยที่หลากหลาย โดยการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยการใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) แล้วนำเสนอผลการศึกษาตามแบบวิธีการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โครงการที่ ๑ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๔๗๐,๖๔๗ คน^๑

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา ในช่วงเดือนเมษายน ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ จำนวน ๔๐๐ คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการคำนวณขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) คำนวณกลุ่มตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น ๙๕%

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ ๗ รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๒๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๓ คน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๖ คน ตัวแทนกลุ่มนักวิชาการ จำนวน ๒ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

โครงการที่ ๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ (In-depth interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๔ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๒ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๑ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อ จำนวน ๑๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๒๗ คน

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^๑ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา, สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เดือน กันยายน ๒๕๖๖ , <https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/chachoengsao/download/article/article_20231102143853.jpg> ๓ มีนาคม ๒๕๖๗.

กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน โดยการรับสมัคร โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้เยาวชนสามารถพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราได้

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน ๒ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๗ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๖ คน ๔) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ จำนวน ๑ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ตัวแทนผู้ใช้สื่อ (บุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา) จำนวน ๑๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๑๖ คน

โครงการที่ ๓ การเสริมสร้างการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วัดโสธรวราภรณ์วรวิหาร จำนวน ๗ รูป/คน วัดสมานรัตนาราม จำนวน ๗ รูป/คน และตลาดบ้านใหม่ จำนวน ๗ รูป/คน

ระยะที่ ๒ เสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จัดทำคู่มือการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา แหล่งการเรียนรู้ที่สามารถสะท้อนประวัติศาสตร์ความเชื่อและวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปะ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม รับสมัครเด็กตามคุณสมบัติที่ตั้งไว้ อายุระหว่าง ๑๕-๒๕ ปี อบรมถอดบทเรียนการทดลองเด็กเยาวชนให้เป็นไกด์ และเปิดรับสมัครเครือข่ายยังไกด์

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยการสนทนากลุ่มเป้าหมาย (focus group) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับวัด ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในพื้นที่ ผู้ให้บริการ รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๑ รูป/คน

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย (๑) แบบสอบถามศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม (๒) ประเมินกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมโดยเยาวชน (๓) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) (๔) แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

โครงการที่ ๑ การศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire) ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

๒. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถาม จำนวน ๔๐๐ ฉบับ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการไปแจกด้วยตนเองและรับกลับคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน ๔๐๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐

๓. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ทำหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ พร้อมแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ พร้อมนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

๒. ทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้

๓. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์ ตามที่นัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยมีการบันทึกเทป จดบันทึก และถ่ายภาพนิ่งระหว่างการสัมภาษณ์

๔. นำข้อมูลดิบที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์โดยวิธีการที่เหมาะสมและนำเสนอต่อไป

การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

๑. ขั้นตอนการเตรียมการ ประกอบด้วย การกำหนดวันสนทนากลุ่ม การจัดทำกำหนดการสนทนากลุ่ม การประสานงานเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ การขออนุมัติใช้สถานที่พร้อมสื่อทัศนูปกรณ์ในการจัดสนทนากลุ่ม และการจัดทำเอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยแบบคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

๒. ขั้นตอนการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค ด้านฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พัฒนา ฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา และนำเสนอ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด ฉะเชิงเทรา การดำเนินการอภิปราย และจัดบันทึกข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งทำการบันทึกเทป บันทึกภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง

โครงการที่ ๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และแบบ สัมภาษณ์

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและแบบ สัมภาษณ์

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณา จริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถาม จำนวน ๕๐ ฉบับ เพื่อ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการไปแจกด้วยตนเอง และรับกลับคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน ๕๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐

๕. เก็บข้อมูลบริบทชุมชนและศึกษาความต้องการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ขั้นตอนการเก็บ รวบรวมข้อมูลดังนี้

๖. ทำหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และการ สนทนาแบบกลุ่ม พร้อมแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ พร้อมนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

๗. ทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์ ตามที่กำหนดไว้

๘. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์การสนทนาแบบกลุ่มด้วยแบบสัมภาษณ์ ตามที่นัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยมีการบันทึกเทป จดบันทึก และถ่ายภาพนิ่งระหว่างการ สัมภาษณ์

๙. นำข้อมูลดิบที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์โดยวิธีการที่เหมาะสม และนำเสนอต่อไป ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา

๑. รับสมัครเยาวชนต้นแบบในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน

๒. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่เยาวชนเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. วางแผนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา

๔. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๕. ผู้วิจัยร่วมกับเยาวชนลงพื้นที่ เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๖. นำเสนอสื่อที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนใน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อร่วมกันให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนาสื่อให้ได้มาตรฐาน

๗. แก่ไขสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา เพื่อให้สมบูรณ์

ระยะที่ ๓ เพื่อเสนอกระบวนการสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา แบบสอบถามมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณา จริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถาม จำนวน ๑๐๐ ฉบับ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการไปแจกด้วย

ตนเองและรับกลับคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน ๑๐๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐

๕. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

โครงการที่ ๓ การเสริมสร้างการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่ศึกษา สภาพปัจจุบันด้านการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถาม จำนวน ๑๒๐ ฉบับ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการไปแจกด้วยตนเองและรับกลับคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน ๑๒๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐

๕. เก็บข้อมูลบริบทพื้นที่และศึกษาความต้องการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๕.๑ ทำหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และการสนทนาแบบกลุ่ม พร้อมแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ พร้อมนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

๕.๒ ทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้

๕.๓ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์การสนทนาแบบกลุ่มด้วยแบบสัมภาษณ์ ตามที่นัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยมีการบันทึกเทป จดบันทึก และถ่ายภาพนิ่งระหว่างการสัมภาษณ์

๕.๔ นำข้อมูลดิบที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์โดยวิธีการที่เหมาะสม และนำเสนอต่อไป

ระยะที่ ๒ การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. รับสมัครอาสาสมัครในการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน ๒๕ คน

๒. จัดทำคู่มืออบรมการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการให้แก่เยาวชนและประชาชนเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. พัฒนาแหล่งการเรียนรู้โดยให้เด็กเยาวชนได้ทดลองเป็นไกด์สถานการณ์จำลองเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสำรวจพื้นที่สภาพปัจจุบันด้านการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๕. ผู้วิจัยร่วมกับอาสาสมัครลงพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๖. นำเสนอการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อร่วมกันให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายให้ได้มาตรฐาน

๗. แก้ไขกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อให้สมบูรณ์

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราสนทนากลุ่มเป้าหมาย (focus group) มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. สันทนากลุ่มเป้าหมาย (focus group) กำหนดวันเวลานัดหมายและสถานที่ล่วงหน้า ให้กลุ่มผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวทราบ โดยใช้ระยะเวลาในการสนทนากลุ่มฯ ตามความเหมาะสม

๔. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการโครงการภายใต้แผนงาน จำนวน ๓ โครงการ โดยนำมาสังเคราะห์ข้อมูลในแต่ละโครงการ และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ๓ ประการ (๑) กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (๒) การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราและ (๓) การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา



บทที่ ๔

ผลการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและสังเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น ๔ ตอน ดังนี้

๔.๑ ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๒ ผลการศึกษการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๓ ผลการศึกษการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๑ ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๔.๑.๑ ผลการศึกษาวិเคราะห์ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคด้านฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๑ แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๔๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ด้านการส่งเสริมการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	๓.๖๗	๐.๖๕๓	มาก
๒. ด้านการส่งเสริมศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	๓.๕๖	๐.๙๓๒	มาก
๓. ด้านการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการ	๓.๕๒	๐.๗๖๐	มาก
รวม	๓.๕๙	๐.๗๑๑	มาก

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($= ๓.๕๙$, S.D. = ๐.๗๑๑)

ผลการวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน ด้านฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค ด้านฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด ฉะเชิงเทรา พบว่า จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ แต่ยังขาดระบบ ฐานข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน ข้อมูลกระจัดกระจายและไม่มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะใน สถานที่หลัก เช่น วัดโสธรวราราม วรวิหาร ที่ขาดเว็บไซต์ทางการและข้อมูลประวัติ สถาปัตยกรรม และกิจกรรมที่ครบถ้วน อีกทั้งยังประสบปัญหาการจราจรและการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ตลาดบ้าน ใหม่ แม้มีเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตไทย-จีน แต่ขาดแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รวมข้อมูลร้านค้าและกิจกรรม ทำให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างลำบาก วัดสมานรัตนาราม แม้เป็นจุดท่องเที่ยวสำคัญ แต่ยังขาด ระบบฐานข้อมูลดิจิทัลที่ทันสมัย ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลและการอัปเดตกิจกรรมเป็นไปอย่างล่าช้า

๔.๑.๒ ผลการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

๑. แนวทางการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และข้อมูลอื่น ๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสัมภาษณ์จากผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ ๗ รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รูป/๒๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวมทั้งศึกษาจากเอกสารข้อมูล เว็บไซต์ข้อมูลการ

ท่องเที่ยว และโปรแกรมสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้นำเทคโนโลยี Open Source (phpMyAdmin) มาสร้างฐานข้อมูล (MySQL) และนำมาเชื่อมโยงกับซอฟต์แวร์ช่วยจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ (Content Management System: CMS) โดยใช้ภาษา PHP และผสมผสาน (Integrate) กับกูเกิลแมป (Google Map) เพื่อแสดงแผนที่รูปภาพ นำมาจัดทำฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๑ แสดงฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. ผลการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีกระบวนการพัฒนาระบบเครือข่ายได้ดังนี้

๑. กระบวนการสร้างเว็บไซต์จำลอง เป็นขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อรวบรวมและนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้ Content Management System (CMS) เช่น WordPress เว็บไซต์นี้จะจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่ง

อำนวยความสะดวกต่างๆ พร้อมออกแบบ Landing Page ให้ดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม รวมถึงสร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่าน โซเชียลมีเดีย อย่าง Facebook เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางได้ง่ายขึ้น

๒. กระบวนการขอใช้โดเมนย่อย (Subdomain) เพื่อให้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้ง่าย ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอใช้ Subdomain กับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยเลือกใช้ชื่อ CTDCP (Cultural Tourism Database of Chachoengsao Province) เพื่อสื่อถึงฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา การใช้ Subdomain ช่วยให้สามารถค้นหาและเข้าถึงเว็บไซต์ผ่านระบบ Domain Name System (DNS) ได้สะดวก

๓. กระบวนการขอใช้เว็บโฮสติ้ง ผู้วิจัยดำเนินการขอใช้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูลเว็บไซต์ (Web Hosting) ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้เว็บไซต์สามารถออนไลน์ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ระบบนี้มี SSL Certificate ซึ่งช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล และมีการดูแล Hosting อย่างต่อเนื่อง ทำให้เว็บไซต์มีเสถียรภาพ รองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการประเมินความเหมาะสมของฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยภาพรวม

การประเมินความเหมาะสมของฐานข้อมูลและศักยภาพ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๑		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ด้านเนื้อหา	๔.๓๒	๐.๒๙๓	มาก
๒. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	๔.๓๗	๐.๒๕๙	มาก
๓. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	๔.๕๕	๐.๔๑๖	มากที่สุด
รวม	๔.๓๙	๐.๒๗๘	มาก

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการประเมินความเหมาะสมของฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๓๙$, S.D. = ๐.๒๗๘)

๔.๑.๓ ผลการนำเสนอกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

ผลการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จากการสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๑๑ รูป/คน โดยเน้น

กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถแบ่งออกเป็น ๘ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การสำรวจและรวบรวมข้อมูล คือ สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานฯ พร้อมเก็บข้อมูลด้านกิจกรรม สาธารณูปโภค และความต้องการของนักท่องเที่ยวผ่านการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

๒. การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล คือ จัดหมวดหมู่ข้อมูล จัดทำฐานข้อมูลกลาง และพัฒนาเว็บไซต์ที่รวมข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมติดตั้ง QR Code ณ จุดสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก

๓. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน คือ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ และป้ายสื่อความหมายหลายภาษา รวมถึงการจัดการขยะและสร้างจุดชมวิว

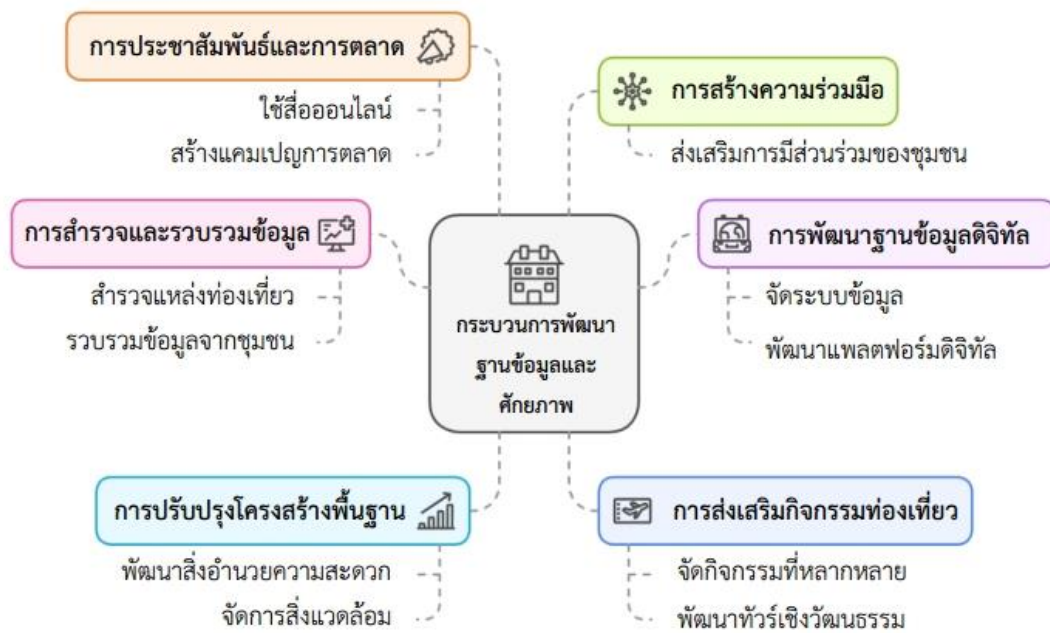
๔. การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว คือ จัดเทศกาลทางวัฒนธรรม เช่น งานนมัสการหลวงปู่โสธร เทศกาลตรุษจีน และจัดทัวร์เชิงวัฒนธรรม เช่น “ทัวร์ ๓ ศรัทธา” พร้อมฝึกอบรม Youth Guide

๕. การประชาสัมพันธ์และการตลาด คือ ใช้ Facebook, Instagram, TikTok, YouTube ประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอ บล็อก และไลฟ์สด รวมถึงจัดแคมเปญ “เที่ยวแปดริ้ว สัมผัสวัฒนธรรมไทย” และร่วมมือกับบริษัททัวร์

๖. การสร้างความร่วมมือกับชุมชน คือ ฝึกอบรมชุมชนให้มีทักษะบริการนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการขายสินค้าพื้นเมือง และจัดตั้งคณะกรรมการบริหารแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาครัฐ และเอกชน

๗. การติดตามและประเมินผล คือ เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจ วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

๘. การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ศิลปกรรมดั้งเดิม และควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อวิถีชีวิตชุมชน



แผนภาพที่ ๔.๒ แสดงกระบวนการพัฒนารฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนารฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ๘ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การสำรวจและรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม โดยเก็บข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และความต้องการของนักท่องเที่ยว มีกระบวนการดังนี้

๑.๑ การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา วิธีดำเนินการ คือ จัดตั้งทีมงานทำการสำรวจพื้นที่วัดโสธรวราราม วรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม เก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และข้อมูลอื่น ๆ

๑.๒ การรวบรวมข้อมูลจากชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการ คือ การใช้วิธีสัมภาษณ์

เชิงลึกและแบบสอบถามกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม บันทึกการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล เป็นการจัดระบบข้อมูลที่รวบรวมได้ จัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ และพัฒนาฐานข้อมูลกลางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสร้างเว็บไซต์รวบรวมข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มฟังก์ชันแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง คิวอาร์โค้ด (QR Code) ในจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก มีกระบวนการดังนี้

๒.๑ การจัดระบบข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นระเบียบและค้นหาได้ง่าย วิธีดำเนินการ คือ นำข้อมูลทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ เช่น ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ประเภทกิจกรรม และประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบที่ใช้ คือ ฐานข้อมูลแบบออนไลน์ เช่น MySQL หรือฐานข้อมูลแบบคลาวด์ เพื่อให้ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้สะดวก

๒.๒ การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเข้าถึงง่ายและใช้งานได้จริง วิธีดำเนินการ คือ พัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่รองรับการใช้งานบนมือถือ เพิ่มฟังก์ชันการค้นหา และแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว ตัวอย่างฟังก์ชัน เช่น ระบบแผนที่แบบโต้ตอบ (Interactive Map) และการแสดงข้อมูลผ่าน คิวอาร์โค้ด (QR Code)

ขั้นตอนที่ ๓ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เน้นการพัฒนาพื้นที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการข้อมูล และจัดทำป้ายสื่อความหมายในหลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พร้อมทั้งจัดการสิ่งแวดล้อมให้สวยงามและสะอาด มีกระบวนการดังนี้

๓.๑ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว วิธีดำเนินการ คือ ปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาด ทันสมัย เพิ่มที่จอดรถ และจัดทำป้ายบอกเส้นทางและข้อมูลในหลายภาษา

๓.๒ การจัดการสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว วิธีดำเนินการ คือ ติดตั้งถังขยะในจุดที่เหมาะสม จัดตั้งทีมอาสาสมัครในการดูแลสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ ๔ การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งจัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลวัฒนธรรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังออกแบบเส้นทางทัวร์เชิงวัฒนธรรม และจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อย (Youth Guide) เพื่อให้บริการข้อมูลและนำเที่ยว มีกระบวนการดังนี้

๔.๑ การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้ชุมชน วิธีดำเนินการ คือ จัดงานเทศกาล ประเพณีท้องถิ่น และการแสดงศิลปวัฒนธรรม เช่น การแสดงดนตรีไทย การทำอาหารพื้นบ้าน

๔.๒ การพัฒนาทัวร์เชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการท่องเที่ยววิธีดำเนินการ คือ ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวและฝึกอบรมไกด์ท้องถิ่นให้มีความรู้และทักษะในการสื่อสาร

ขั้นตอนที่ ๕ การประชาสัมพันธ์และการตลาด ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อิน스타그램 (Instagram), ตี๊กต็อก (TikTok) และ ยูทูบ (YouTube) เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ และจัดแคมเปญการตลาด เช่น “เที่ยวแปดริ้ว สัมผัสวัฒนธรรมไทย” รวมถึงการร่วมมือกับบริษัททัวร์และโรงแรมในการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว มีกระบวนการดังนี้

๕.๑ การใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย วิธีดำเนินการ คือ สร้างเนื้อหาและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อินstagram (Instagram), และ ตี๊กต็อก (TikTok)

๕.๒ การสร้างแคมเปญการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่วิธีดำเนินการ คือ ร่วมมือกับบริษัททัวร์ โรงแรม และจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกัน

ขั้นตอนที่ ๖ การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ฝึกอบรมทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีกระบวนการดังนี้

๖.๑ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา วิธีดำเนินการ คือ ฝึกอบรมชุมชนในเรื่องการบริการและการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม

๖.๒ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน วิธีดำเนินการ คือ จัดตั้งคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยว และจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนที่ ๗ การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบติดตามจำนวนนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และเก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีกระบวนการดังนี้

๗.๑ การติดตามผลการดำเนินงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าและปัญหาที่เกิดขึ้น วิธีดำเนินการ คือ ใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล และรับฟังความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว

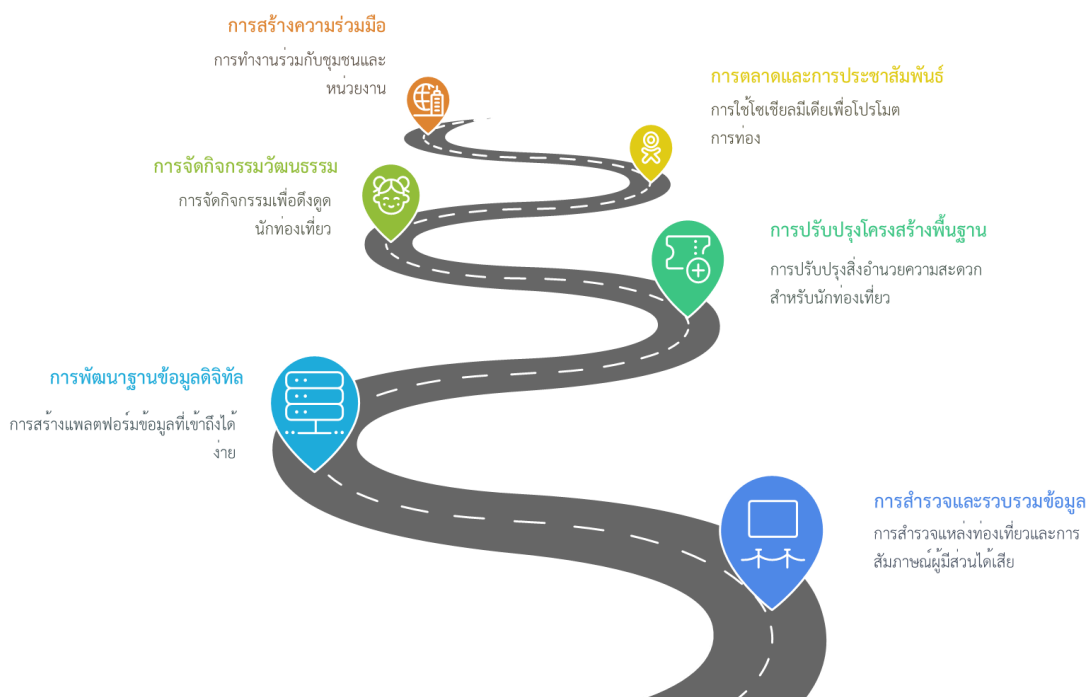
๗.๒ การประเมินผลและปรับปรุง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการและกิจกรรมให้เหมาะสม วิธีดำเนินการ คือ วิเคราะห์ข้อมูลและดำเนินการปรับปรุงแผนงานตามความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ ๘ การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์การลดขยะและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาอาคารและศิลปกรรมดั้งเดิม และสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนวิถีชีวิตของชุมชน มีกระบวนการดังนี้

๘.๑ การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน วิธิดำเนินการ คือ จัดกิจกรรมอนุรักษ์ลดขยะ ดูแลโบราณสถาน และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด

๘.๒ การควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการรบกวนวิถีชีวิตของชุมชน วิธิดำเนินการ คือ วางมาตรการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เหมาะสม

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด พร้อมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่า และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง



แผนภาพที่ ๔.๓ แสดงกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๒ ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๔.๒.๑ การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น ๓ ประเภทหลัก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อดิจิทัล โดยจากผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลได้รับความนิยมสูงสุด โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (YouTube) และติ๊กต็อก (TikTok) เนื่องจากสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์ ยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุและผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล

๔.๒.๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนพบว่า เยาวชนมีศักยภาพในการผลิตสื่อที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราได้เป็นอย่างดี โดยสื่อที่พัฒนาออกมามีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ วิดีโอคลิปสถานที่ท่องเที่ยว แผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยว และโบรชัวร์ซึ่งเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัลรวมทั้งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง นอกจากนี้เยาวชนยังได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล สัมภาษณ์ผู้รู้ในท้องถิ่น และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ในเนื้อหาของสื่อมีความลึกซึ้ง และสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับชมสื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนา พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านคุณภาพของเนื้อหา ความชัดเจนในการสื่อสาร และความน่าสนใจของการนำเสนอ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ชมว่า ควรปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความคมชัดมากขึ้น โดยเฉพาะด้านภาพและเสียง รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาให้กระชับและตรงประเด็นมากขึ้น

๔.๒.๓ การเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยเยาวชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา เน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน โดยเริ่มจากการศึกษาความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวรวมถึงคนในชุมชน และนำข้อมูลที่ได้สำรวจมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นเยาวชนได้รับการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตสื่อ เช่น การใช้แอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อวิดีโอ (เช่น CapCut) การออกแบบอินโฟกราฟิก และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา เมื่อนำสื่อที่ผลิตไปเผยแพร่ พบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกระบวนการพัฒนา ๗ ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผนและเตรียมการ คือ การวางแผนและเตรียมการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดแนวทางและโครงสร้างของการทำงานทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกทีมเยาวชน การจัดแบ่งหน้าที่ในทีม และการกำหนดเป้าหมายของสื่อ ประกอบด้วย

๑.๑ คัดเลือกทีมเยาวชน (๑) ประกาศรับสมัครเยาวชนในชุมชนที่สนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โรงเรียน ชุมชน หรือโซเชียลมีเดีย เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนที่มีทักษะและความสนใจเฉพาะด้านได้เข้าร่วม (๒) จัดกระบวนการคัดเลือกโดยใช้การสัมภาษณ์หรือการทดสอบทักษะ เช่น การเขียนบท การถ่ายทำ การตัดต่อวิดีโอ และการออกแบบกราฟิก เพื่อคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถและศักยภาพในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ (๓) ส่งเสริมให้ทีมมีความหลากหลายด้านทักษะ เช่น ด้านการเล่าเรื่อง ด้านเทคโนโลยี หรือด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อให้การทำงานมีมิติที่ครอบคลุม

๑.๒ จัดแบ่งหน้าที่ในทีม (๑) แบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น ผู้กำกับดูแลโครงการ ผู้เขียนบท ผู้ถ่ายทำ ผู้ตัดต่อ และผู้ดูแลประชาสัมพันธ์ เพื่อให้แต่ละคนสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ตามความถนัด (๒) จัดทำโครงสร้างทีมงานและสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อป้องกันความสับสนในการทำงาน (๓) สร้างระบบการสื่อสารภายในทีม เช่น การประชุมออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการทำงานร่วมกัน เพื่อให้การประสานงานเป็นไปอย่างราบรื่น

๑.๓ กำหนดเป้าหมายของสื่อ (๑) วางแผนเป้าหมายหลักของการผลิตสื่อ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ เพื่อให้การผลิตสื่อมีทิศทางที่แน่นอน (๒) ระบุผลลัพธ์ที่คาดหวัง เช่น จำนวนผู้เข้าชมสื่อ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม หรือการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว (๓) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของสื่อ เช่น นักท่องเที่ยวทั่วไป นักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้การออกแบบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอเหมาะสมกับผู้รับชม

ขั้นตอนที่ ๒ การสำรวจและประเมินสถานที่ คือ การสำรวจและประเมินสถานที่ เป็นขั้นตอนสำคัญในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนา สื่อที่สื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

๒.๑ คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (๑) รวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว สำคัญในจังหวัด เช่น วัดโสธรวราราม ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี วัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นสถานที่ ที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ (๒) ประเมินศักยภาพของแต่ละสถานที่ในการนำเสนอ เรื่องราวทางวัฒนธรรม เช่น ความน่าสนใจ ความเข้าถึงง่าย และความพร้อมในการจัดกิจกรรมถ่ายทอด (๓) เลือกสถานที่ที่มีความโดดเด่นและสามารถถ่ายทอดเรื่องราวที่สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ

๒.๒ ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น (๑) ลงพื้นที่เพื่อศึกษาสถานที่จริง บันทึกภาพ และวิดีโอ สังเกตบรรยากาศ และสัมภาษณ์บุคคลในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยว (๒) เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม ความคิดเห็น และความต้องการของชุมชน เพื่อให้เนื้อหาสื่อ ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของชุมชน (๓) ประเมินความพร้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เส้นทางเดินทาง ที่จอดรถ ห้องน้ำ และความปลอดภัยของสถานที่

๒.๓ วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ ณ นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ เช่น ความพร้อม ของสถานที่ เรื่องราวที่น่าสนใจ และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม (๒) จัดลำดับความสำคัญ ของเนื้อหาและกำหนดทิศทางการผลิตสื่อ เพื่อให้การสื่อสารออกมาอย่างตรงประเด็น และมีประสิทธิภาพ (๓) นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ไปใช้ในการวางแผนการผลิตสื่อในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ ๓ การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม คือ การศึกษาข้อมูล ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อสร้างสรรค์มีความลึกซึ้งและถูกต้อง เน้นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและการสัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่

๓.๑ รวบรวมข้อมูลเชิงลึก (๑) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารวิชาการ หนังสือ วารสาร บทความออนไลน์ และแหล่งข้อมูลท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและถูกต้อง (๒) สัมภาษณ์ ผู้อาวุโส นักวิชาการท้องถิ่น และผู้รู้ในชุมชน เพื่อรับฟังเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อที่เกี่ยวข้อง (๓) ค้นคว้าเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตำนาน นิทานพื้นบ้าน และประเพณีที่ปฏิบัติมาอย่างยาวนาน

๓.๒ สังเกตและบันทึกบรรยากาศของสถานที่จริง (๑) ลงพื้นที่สำรวจสถานที่จริง บันทึกภาพและวิดีโอที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น สถาปัตยกรรม ประเพณี และกิจกรรม ชุมชน (๒) จัดบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของชุมชน เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การจัดงาน ประเพณี และการแสดงศิลปวัฒนธรรม (๓) เก็บรวบรวมสื่อประกอบ เช่น ภาพถ่าย โปสเตอร์เก่า หรือเอกสารทางประวัติศาสตร์ เพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการผลิตสื่อ

ขั้นตอนที่ ๔ การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ คือ การอบรมเยาวชน และการวางแผนการผลิตสื่อเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ทีมงานมีทักษะและความรู้เพียงพอในการสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพและตรงตามเป้าหมาย ประกอบด้วย

๔.๑ จัดอบรมทักษะการผลิตสื่อ (๑) จัดการฝึกอบรมให้เยาวชนในหัวข้อต่าง ๆ เช่น การเขียนบท การถ่ายภาพและวิดีโอ เทคนิคการตัดต่อ และการออกแบบกราฟิก (๒) เชิญวิทยากร หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมาสอนเทคนิคการเล่าเรื่อง และการใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ หรือกราฟิก (๓) จัดเวิร์กช็อป (Workshop) เพื่อฝึกฝนทักษะการปฏิบัติจริง เช่น การถ่ายทำ ในสถานการณ์ต่าง ๆ และการตัดต่อวิดีโอเบื้องต้น

๔.๒ วางแผนการผลิตสื่อ (๑) กำหนดแนวทางการนำเสนอ เช่น วิดีโอประชาสัมพันธ์ สารคดี สื่อเพื่อการศึกษา หรือสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) (๒) สร้างสตอรี่บอร์ด (Storyboard) และกำหนดฉากที่ต้องถ่ายทำ เพื่อให้การผลิตสื่อเป็นไปอย่างมีแบบแผน (๓) วางแผนการใช้ทรัพยากร เช่น กล้องถ่ายทำ ไมโครโฟน อุปกรณ์แสง และซอฟต์แวร์ตัดต่อ เพื่อให้ทีมงานพร้อมในการปฏิบัติงานจริง

ขั้นตอนที่ ๕ การถ่ายทำและผลิตสื่อ คือ ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อเป็นการนำแผนการผลิตมาสู่การปฏิบัติจริง โดยเน้นการใช้เทคนิคต่างๆ ในการถ่ายทำและการตัดต่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพสูง ประกอบด้วย

๕.๑ ลงพื้นที่ถ่ายทำ (๑) จัดทีมงานลงพื้นที่ถ่ายทำ โดยแบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น ช่างภาพ ผู้กำกับ และผู้ดูแลเสียง (๒) ใช้เทคนิคการถ่ายทำ เช่น การใช้มุมกล้องเพื่อสร้างมิติให้กับภาพ การใช้เสียงสัมภาษณ์บุคคลในชุมชน และการถ่ายทำกิจกรรมประเพณีหรือวัฒนธรรม (๓) บันทึกภาพและเสียงให้คมชัด รวมถึงเก็บภาพมุมกว้างและมุมใกล้เพื่อใช้ในการตัดต่อ

๕.๒ ตัดต่อและปรับแต่งสื่อ (๑) นำฟุตเทจ (Footage) ที่ถ่ายทำมาตัดต่อ เพิ่มเสียงพากย์ เพลงประกอบ และเอฟเฟกต์ (Effect) เพื่อเสริมบรรยากาศของเรื่องราว (๒) ทดสอบสื่อที่ผลิตเสร็จแล้วเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ เช่น ความต่อเนื่องของภาพ เสียง และความชัดเจนของเนื้อหา (๓) ทำการแก้ไขปรับปรุงสื่อก่อนการเผยแพร่ เพื่อให้สื่อมีความสมบูรณ์และน่าสนใจ

ขั้นตอนที่ ๖ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ คือ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อมีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

๖.๑ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (๑) ตรวจสอบเนื้อหาทั้งในด้านข้อมูล ประวัติศาสตร์ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสื่อ และการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน (๒) ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลในชุมชนเพื่อให้แน่ใจว่าสื่อที่ผลิตออกมามีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

๖.๒ จัดกิจกรรมเปิดตัวสื่อ (๑) จัดกิจกรรมเปิดตัวสื่อในชุมชน เช่น การฉายวิดีโอ หรือการจัดนิทรรศการ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชน (๒) เปิดโอกาสให้ชุมชน และนักท่องเที่ยวได้ทดลองใช้สื่อและให้ความคิดเห็น ซึ่งจะช่วยให้เห็นมุมมองจากผู้ใช้งานจริง

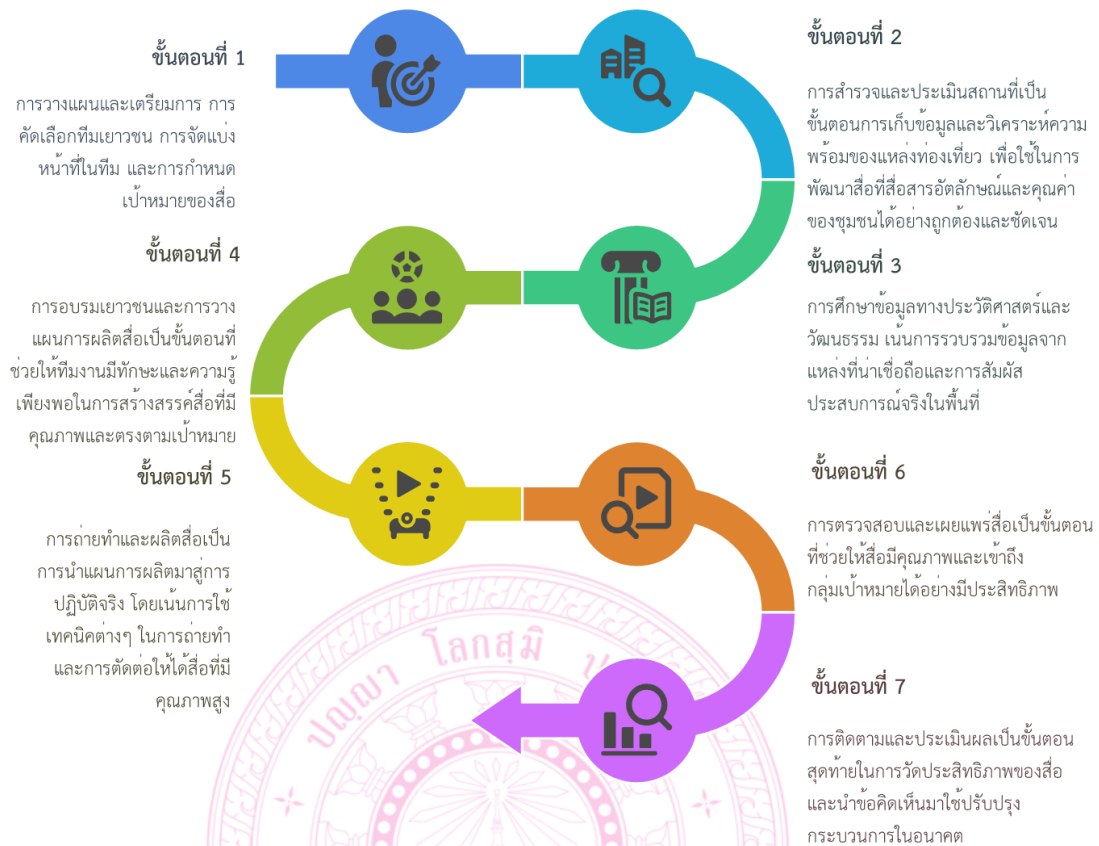
๖.๓ เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ (๑) ใช้โซเชียลมีเดีย เช่น ตี๊กต็อก (TikTok), ยูทูบ (YouTube), เฟซบุ๊ก (Facebook) และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ ในการเผยแพร่ เพื่อเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง (๒) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน เว็บไซต์ท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมในพื้นที่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง

ขั้นตอนที่ ๗ การติดตามและประเมินผล คือ การติดตามและประเมินผลเป็นขั้นตอน สุดท้ายในการวัดประสิทธิภาพของสื่อ และนำข้อคิดเห็นมาปรับปรุงกระบวนการในอนาคต ประกอบด้วย

๗.๑ ประเมินผลกระทบของสื่อ (๑) ใช้แบบสอบถามหรือสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน เพื่อประเมินความพึงพอใจและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (๒) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น จำนวนผู้เข้าชม จำนวนการแชร์ในโซเชียลมีเดีย และการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

๗.๒ สรุปบทเรียนและปรับปรุงกระบวนการ (๑) จัดทำรายงานสรุปบทเรียน ข้อดี ข้อเสีย และปัญหาที่พบในแต่ละขั้นตอนของการผลิตสื่อ (๒) นำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาใช้ในการวางแผนพัฒนาสื่อในครั้งต่อไป เพื่อให้กระบวนการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทราถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้น เศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว



แผนภาพที่ ๔.๔ แสดงกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๓ ผลการศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๔.๓.๑ ผลการศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๓ แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพ การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม

สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	n = ๑๒๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๔.๔๐	๐.๙๔๓	มาก
รวม	๔.๔๐	๐.๙๔๓	มาก

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๔๐$, S.D. = .๙๔๓) และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน อันดับหนึ่ง มีนโยบายการใช้ประโยชน์แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๖๕$, S.D. = .๖๑๗) รองลงมาคือ มีนโยบายการอนุรักษ์และสืบทอดแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน ($\bar{X} = ๔.๕๓$, S.D. = .๘๓๐) มีแผนปฏิบัติการที่ส่งเสริมสนับสนุนการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน ($\bar{X} = ๔.๔๔$, S.D. = .๗๙๗)

การวิเคราะห์ สภาพปัญหาด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังต่อไปนี้

สภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า จังหวัดฉะเชิงเทรามีแหล่งเรียนรู้และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี และวัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ขาดจุดประชาสัมพันธ์เฉพาะ ขาดสื่อดิจิทัลที่ทันสมัย และขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังไม่เป็นระบบและต้องการการพัฒนาเพิ่มเติม โดยเฉพาะการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๔.๓.๒ ผลการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. การวิจัยเรื่องการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณนั้น ทำการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๑๒๐ คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชนและผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ ๗ รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๒๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อเรื่อง การหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า และสังเคราะห์ บูรณาการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ กับเชิงปริมาณเพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ ๔.๕ แสดงกระบวนการส่งเสริมแหล่งการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัด ความสำคัญทางศาสนา และตำนานหลวงพ่อโสธรที่ลอยน้ำมาเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้ศึกษา การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่วัดโสธรวรารามวรวิหารมุ่งเน้นการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย โดยมีการพัฒนาแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และศูนย์เรียนรู้ เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้รับความรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น นิทรรศการ และสื่อดิจิทัล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นแก่ผู้มาเยือน

๓. ตลาดบ้านใหม่ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมสำหรับคนมาเยือนทุกระดับวัย ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นตลาดเก่าแก่ที่สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนริมน้ำ มีสถาปัตยกรรมบ้านเรือนไม้แบบโบราณที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสบรรยากาศย้อนยุค ชิมขนมไทยและอาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่น ท่ามกลางบรรยากาศที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ของอดีต ดังนั้นควรมีแหล่งเรียนรู้ในรูปแบบที่ทันสมัย เช่น จุดให้ข้อมูลแหล่งเรียนรู้ป้ายแสดง และสื่อวิดีโอภาพต่าง ๆ

๔. วัดสมานรัตนาราม ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา แหล่งเรียนรู้มากมาย ควรเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับตำนานเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญนำเสนอจุดเด่นที่สะท้อนถึงความเชื่อและศิลปะไทย-เพื่อเป็นมรดกทาง อย่างเช่น องค์พระพิฆเนศปางเสวยสุข และสิ่งที่อยู่ภายในวัดที่ผสมผสานกลายเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมเพื่อใช้ในการพัฒนากระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างแหล่งเรียนรู้ ควรนำสื่อที่สร้างเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมแหล่งเรียนรู้

๕. การสร้างแหล่งการเรียนรู้คู่มืออบรมแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

๑. ได้รับสมัครอาสาสมัครในการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน

๒. ได้จัดทำคู่มืออบรมการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการให้แก่เยาวชนและประชาชนเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. ได้พัฒนาแหล่งการเรียนรู้โดยให้เด็กเยาวชนได้ทดลองเป็นไกด์สถานการณ์จำลองเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสำรวจพื้นที่สภาพปัจจุบันด้านการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๕. ได้ผู้วิจัยร่วมกับอาสาสมัครลงพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๖. ได้นำเสนอการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อร่วมกันให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายให้ได้มาตรฐาน

๗. ได้แก้ไขกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อให้สมบูรณ์

๔.๓.๓ ผลการนำเสนอกระบวนการการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion) มีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๑๑ ท่าน ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำเสนอกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลเป็นความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งการบรรยายเชิงพรรณนา มีตารางแสดงรายละเอียดตามลำดับดังต่อไปนี้ ผลจากการสัมมนาระดมความคิดเห็นและการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้ได้แนวทางการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้

๑. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ความสำคัญของแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอด ประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์และการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้เรียนและนักท่องเที่ยวการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวการบูรณาการแหล่งเรียนรู้ในแต่ละพื้นที่สามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

๒. กระบวนการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่าย การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้การเรียนรู้และการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากขึ้นควรมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการและผู้สูงอายุบทบาทของเยาวชนและชุมชนในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้การมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชนในการศึกษาและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ช่วยสร้าง ความตระหนักรู้และความภาคภูมิใจในท้องถิ่น กิจกรรมการเรียนรู้ภาคสนาม เช่น การสำรวจพื้นที่จริง การสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพ

๓. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนควรเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้องคำนึงถึง ความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ๖ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์สถานะของแหล่งเรียนรู้ในปัจจุบัน รวมถึงปัญหาและความต้องการในการพัฒนา มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๑.๑ จัดเตรียมเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต โดยครอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับการใช้แหล่งเรียนรู้ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้อง

๑.๒ ลงพื้นที่สำรวจแหล่งเรียนรู้เป้าหมาย ได้แก่ ชุมชนวัดโสธรวรารามวรวิหาร ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี และชุมชนวัดสมานรัตนาราม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

๑.๓ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน ผู้ดูแลแหล่งเรียนรู้ นักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกมิติ

๑.๔ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เช่น การคำนวณค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาและการระบุอิทธิพลของปัญหา

๑.๕ จัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น กราฟ ตาราง และอินโฟกราฟิก เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้

ขั้นตอนที่ ๒ การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางหรือคู่มือที่ชัดเจนในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑ รวบรวมข้อมูลและแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ จากเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และแนวปฏิบัติที่ดีจากแหล่งเรียนรู้อื่นๆ

๒.๒ ออกแบบเนื้อหาและโครงสร้างคู่มือ ให้ครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดการพื้นที่แหล่งเรียนรู้ การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และการพัฒนาบุคลากร

๒.๓ จัดทำคู่มือในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น คู่มือแบบหนังสือ แผ่นพับ หรือสื่อดิจิทัล (PDF, E-Book) โดยใช้ภาพประกอบและตัวอย่างกรณีศึกษาเพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่ายขึ้น

๒.๔ ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของคู่มือ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือกลุ่มเป้าหมายมาร่วมทดลองใช้และให้ข้อเสนอแนะ

๒.๕ เผยแพร่และแจกจ่ายคู่มือ ให้กับผู้เกี่ยวข้อง เช่น ชุมชน วัด และหน่วยงานท้องถิ่น ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

ขั้นตอนที่ ๓ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะของผู้เกี่ยวข้องในการดูแลและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๓.๑ วางแผนการจัดอบรม เช่น หัวข้ออบรม วิทยากร สถานที่ กลุ่มเป้าหมาย และกำหนดการอบรมให้ชัดเจน

๓.๒ จัดทำเนื้อหาการอบรม ครอบคลุมทักษะที่จำเป็น เช่น การใช้สื่อการเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ การจัดการกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

๓.๓ ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้วิธีการบรรยาย การสาธิต การเวิร์กช็อป และการฝึกปฏิบัติจริง เช่น การจำลองสถานการณ์การให้บริการนักท่องเที่ยว

๓.๔ ประเมินผลการอบรม โดยใช้แบบสอบถาม การสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าร่วม และการทำกิจกรรมประเมินความรู้ก่อนและหลังการอบรม

๓.๕ สรุปผลการอบรมและจัดทำรายงานการพัฒนา โดยวิเคราะห์ผลลัพธ์และแนวทางการปรับปรุงในกิจกรรมครั้งถัดไป

ขั้นตอนที่ ๔ การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในรูปแบบของแผนที่ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑ เก็บข้อมูลจากการดำเนินกิจกรรมและอบรม โดยใช้การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม

๔.๒ ถอดบทเรียนจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกิจกรรมต่างๆ พร้อมจัดทำสรุปบทเรียนที่ชัดเจน

๔.๓ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบุจุดเด่นและปัญหาของแหล่งเรียนรู้ โดยจัดทำเอกสารสรุปและสื่อสารข้อมูลให้กับผู้เกี่ยวข้อง

๔.๔ จัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ (Learning Map) โดยใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น กูเกิ้ลแมพ (Google Maps) หรือโปรแกรมออกแบบแผนที่เพื่อให้เข้าถึงง่าย

๔.๕ เผยแพร่แผนที่ให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่

ขั้นตอนที่ ๕ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกอบรมบุคลากรให้มีความสามารถในการนำเสนอข้อมูลด้านวัฒนธรรมอย่างมืออาชีพ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๕.๑ คัดเลือกบุคลากรหรือชาวบ้านที่สนใจเป็นไกด์นำเที่ยว โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก เช่น ความรู้ท้องถิ่น ความสามารถในการสื่อสาร และบุคลิกภาพ

๕.๒ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในการเป็นไกด์ โดยเน้นการฝึกปฏิบัติการพูด การเล่าเรื่อง และการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว

๕.๓ ฝึกปฏิบัติการนำเที่ยวจริงในพื้นที่ โดยใช้การจำลองสถานการณ์จริง และให้คำแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญ

๕.๔ จัดทำคู่มือการเป็นไกด์เชิงวัฒนธรรม โดยระบุขั้นตอนการนำเสนอข้อมูล เทคนิคการตอบคำถาม และวิธีสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๖ การรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๑ จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน วัด หน่วยงานท้องถิ่น และภาคเอกชน

๖.๒ จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

๖.๓ พัฒนากลไกการทำงานร่วมกันในเครือข่าย เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายและกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

สรุปได้ว่า กระบวนการทั้งหมดนี้เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้แหล่งเรียนรู้ในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด
ฉะเชิงเทรา



การเก็บข้อมูลปัจจุบัน

สำรวจและวิเคราะห์สถานะของแหล่งเรียนรู้
ในปัจจุบัน รวมถึงปัญหาและความต้องการ
ในการพัฒนา



การพัฒนาคู่มือการฝึกอบรม

สร้างแนวทางหรือคู่มือที่ชัดเจนในการ
พัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ



การจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

พัฒนาทักษะของผู้เกี่ยวข้องในการดูแลและ
พัฒนาแหล่งเรียนรู้



การถอดบทเรียน

รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนา
แหล่งเรียนรู้ในรูปแบบของแผนที่



การสร้างแผนที่แหล่งเรียนรู้

ฝึกอบรมบุคลากรให้มีความสามารถในการ
นำเสนอข้อมูลด้านวัฒนธรรมอย่างมืออาชีพ



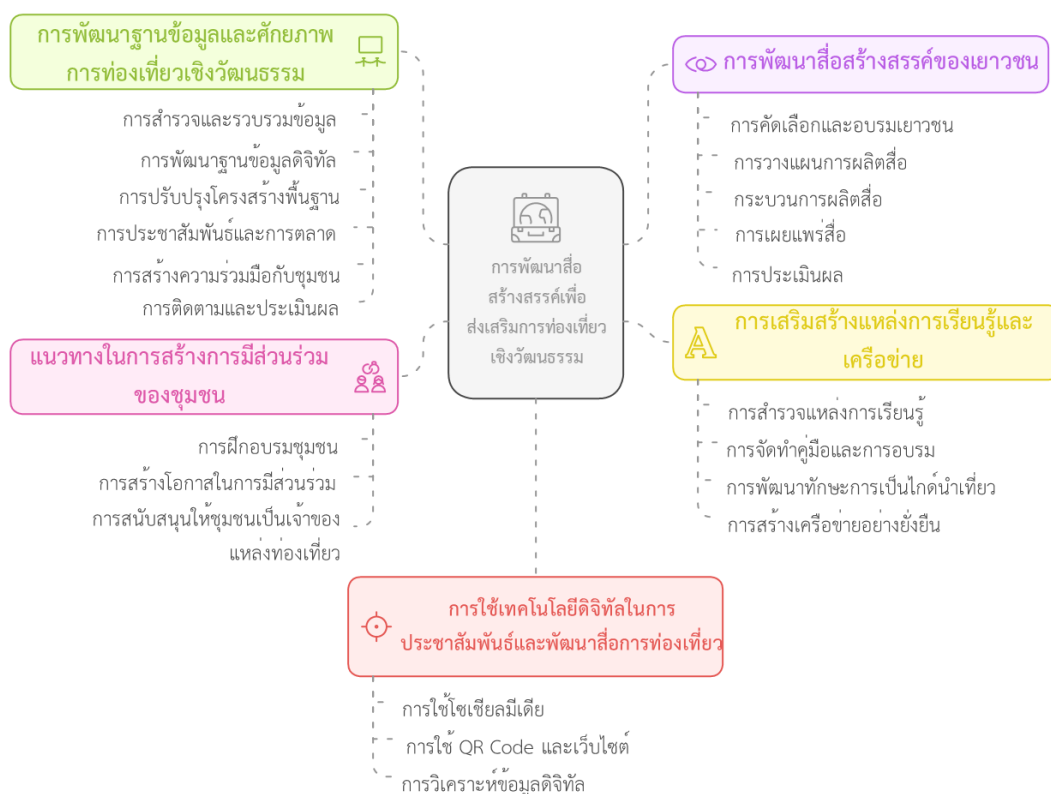
การพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำเที่ยว

ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งเรียนรู้และ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ ๔.๖ แสดงการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยี สื่อสร้างสรรค์ และเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน โดยองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยแบ่งออกเป็น ๓ ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยว การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของเยาวชน และการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๗ แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

๑. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๑.๑ การสำรวจและรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ วัดสมานรัตนาราม เก็บข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบสาธารณูปโภค รวมถึงสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อรวบรวมมุมมองและความต้องการอย่างครอบคลุม

๑.๒ การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล จัดระบบข้อมูลและสร้างฐานข้อมูลกลางในรูปแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน รองรับการเข้าถึงผ่านมือถือ มีฟังก์ชันการค้นหาและแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว พร้อมติดตั้ง คิวอาร์โค้ด (QR Code) ในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันที

๑.๓ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ จุดบริการข้อมูล ป้ายบอกทางหลายภาษา และปรับปรุงพื้นที่ให้สะอาดและน่าดึงดูด

๑.๔ การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เทศกาลประเพณี การแสดงวัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนทำอาหารท้องถิ่น

๑.๕ การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดการฝึกอบรมชุมชน สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

๑.๖ การติดตามและประเมินผล ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงการดำเนินงาน

๑.๗ การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน รณรงค์ลดขยะ ดูแลสิ่งแวดล้อม และควบคุมผลกระทบต่อชุมชน

๒. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของเยาวชน

๒.๑ การคัดเลือกและอบรมเยาวชน เปิดรับสมัครเยาวชนในชุมชน จัดการสัมภาษณ์และคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถ เช่น การเขียนบท การถ่ายทำ การตัดต่อวิดีโอ เพื่อสร้างทีมที่มีทักษะหลากหลาย

๒.๒ การวางแผนการผลิตสื่อ กำหนดเป้าหมายของสื่อ เช่น สร้างความรู้ทางประวัติศาสตร์ อนุรักษ์วัฒนธรรม และออกแบบสื่อ เช่น วิดีโอ สารคดี อินโฟกราฟิก หรือเว็บไซต์

๒.๓ กระบวนการผลิตสื่อ รวมถึงการเขียนสคริปต์ การถ่ายทำในพื้นที่จริง การสัมภาษณ์ชุมชน และการตัดต่อให้สื่อมีความน่าสนใจ

๒.๔ การเผยแพร่สื่อ ใช้โซเชียลมีเดีย เช่น YouTube, เฟซบุ๊ก (Facebook), ดิกต็อก (TikTok) ในการกระจายเนื้อหา และจัดกิจกรรมเปิดตัวในชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็น

๓. การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่าย

๓.๑ การสำรวจและวิเคราะห์แหล่งการเรียนรู้ จัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ เพื่อตรวจสอบปัญหาและความต้องการในการพัฒนา

๓.๒ การจัดทำคู่มืออบรม สร้างคู่มือการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ เช่น วิธีจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมในแหล่งเรียนรู้

๓.๓ การอบรมเชิงปฏิบัติการ จัดอบรมผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน และบุคลากรในแหล่งเรียนรู้ ให้มีทักษะในการบริการนักท่องเที่ยว

๓.๔ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยว คัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะในการนำเสนอข้อมูลวัฒนธรรม

๓.๕ การสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และภาคเอกชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๔. แนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

๔.๑ การฝึกอบรมชุมชน ให้ความรู้ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม และการสร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว

๔.๒ การสร้างโอกาสในการมีส่วนร่วม ชุมชนสามารถมีบทบาทในการจัดกิจกรรม เช่น งานประเพณี การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และการเป็นวิทยากรในการนำเที่ยว

๔.๓ การสนับสนุนชุมชนให้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้ชมสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และมีการกระจายรายได้ได้อย่างยุติธรรม

๕. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสื่อการท่องเที่ยว

๕.๑ การใช้โซเชียลมีเดีย จัดทำเนื้อหาวิดีโอ ภาพถ่าย และบทความเชิงวัฒนธรรม เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึง

๕.๒ การใช้ คิวอาร์โค้ด (QR Code) และเว็บไซต์ สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีข้อมูลครบถ้วน เช่น ประวัติสถานที่ท่องเที่ยว แผนที่ และกิจกรรมต่าง ๆ

๕.๓ การวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมผ่านช่องทางดิจิทัล เก็บข้อมูลสถิติการเข้าชมเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราให้เติบโตอย่างยั่งยืน สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และกระตุ้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๔๐๐ คน โดยการแจกแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ ๗ รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๒๑ รูป/คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๓ คน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๖ คน ตัวแทนกลุ่มนักวิชาการ จำนวน ๒ คน รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๑ รูป/คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” สามารถสรุปได้ดังนี้

๕.๑.๑ การศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ๘ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การสำรวจและรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม โดยเก็บข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก และ

ระบบสารสนเทศยุคใหม่พื้นฐาน นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล เป็นการจัดระบบข้อมูลที่รวบรวมได้ จัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ และพัฒนาฐานข้อมูลกลางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสร้างเว็บไซต์รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มฟังก์ชันแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง คิวอาร์โค้ด (QR Code) ในจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก

ขั้นตอนที่ ๓ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เน้นการพัฒนาพื้นที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการข้อมูล และจัดทำป้ายสื่อความหมายในหลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พร้อมทั้งจัดการสิ่งแวดล้อมให้สวยงามและสะอาด

ขั้นตอนที่ ๔ การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งจัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลวัฒนธรรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังออกแบบเส้นทางทัวร์เชิงวัฒนธรรม และจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อย (Youth Guide) เพื่อให้บริการข้อมูลและนำเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๕ การประชาสัมพันธ์และการตลาด ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), ติกต็อก (TikTok) และ ยูทูบ (YouTube) เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ และจัดแคมเปญการตลาด เช่น “เที่ยวแปดริ้ว สัมผัสวัฒนธรรมไทย” รวมถึงการร่วมมือกับบริษัททัวร์และโรงแรมในการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๖ การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ฝึกอบรมทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๗ การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบติดตามจำนวนนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และเก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ ๘ การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์การลดขยะและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาอาคารและศิลปกรรมดั้งเดิม และสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนวิถีชีวิตของชุมชน

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้

นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด พร้อมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

๕.๑.๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ๗ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผนและเตรียมการ เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดแนวทางและโครงสร้างของการทำงานทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกทีมเยาวชน การจัดแบ่งหน้าที่ในทีม และการกำหนดเป้าหมายของสื่อ

ขั้นตอนที่ ๒ การสำรวจและประเมินสถานที่ เป็นขั้นตอนสำคัญในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อที่สื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

ขั้นตอนที่ ๓ การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อสร้างสรรค์มีความลึกซึ้งและถูกต้อง เน้นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและการสัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่

ขั้นตอนที่ ๔ การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ทีมงานมีทักษะและความรู้เพียงพอในการสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพและตรงตามเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ ๕ ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ เป็นการนำแผนการผลิตมาสู่การปฏิบัติจริง โดยเน้นการใช้เทคนิคต่างๆ ในการถ่ายทำและการตัดต่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพสูง

ขั้นตอนที่ ๖ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อมีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ ๗ การติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการวัดประสิทธิภาพของสื่อ และนำข้อคิดเห็นมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการในอนาคต

สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว

๕.๑.๓ ผลการศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ๖ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ เป็นการเตรียมเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ลงพื้นที่สำรวจแหล่งเรียนรู้เป้าหมาย เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจ

ขั้นตอนที่ ๒ การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ เป็นการรวบรวมข้อมูลและแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ออกแบบเนื้อหาและโครงสร้างคู่มือ จัดทำคู่มือในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของคู่มือ เผยแพร่และแจกจ่ายคู่มือให้กับผู้เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ ๓ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ เป็นการวางแผนการจัดอบรม จัดทำเนื้อหาการอบรม ครอบคลุมทักษะที่จำเป็น ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประเมินผลการอบรม สรุปผลการอบรมและจัดทำรายงานการพัฒนา

ขั้นตอนที่ ๔ การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ เป็นการเก็บข้อมูลจากการดำเนินกิจกรรมและอบรม ถอดบทเรียนจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบุจุดเด่นและปัญหาของแหล่งเรียนรู้ จัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ (Learning Map) โดยใช้เครื่องมือดิจิทัล และเผยแพร่แผนที่ให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๕ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการคัดเลือกบุคลากรหรือชาวบ้านที่สนใจเป็นไกด์นำเที่ยว จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในการเป็นไกด์ ฝึกปฏิบัติการนำเที่ยวจริงในพื้นที่ และจัดทำคู่มือการเป็นไกด์เชิงวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ ๖ การรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน เป็นการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน วัด หน่วยงานท้องถิ่น และภาคเอกชน จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย และพัฒนากลไกการทำงานร่วมกันในเครือข่าย

สรุปได้ว่า กระบวนการทั้งหมดนี้เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้แหล่งเรียนรู้ในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

๕.๒ อภิปรายผล

จากศึกษาแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

๕.๒.๑ กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด นอกจากนี้ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ **นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสนิน ปูนอน^๑** ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้นั้น จะต้องเน้นการพัฒนาด้านองค์ความรู้ และการศึกษา โดยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ เช่น การอบรม ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณี และสามารถสืบค้นได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ประเด็นถัดมาจะต้องเน้นการพัฒนาด้านการสร้างสรรค์ผลงาน ให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือประเพณีและเป็นผลงานที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ และต้องพัฒนาด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ มีการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ และสอดคล้องกับ **บรรพต บัวขวัญ และปรัชญากรณ์ ไชยคช^๒** ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ ๒ ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนที่มีคุณสมบัติและความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้น ๓๕๕ ชุมชนทั่วประเทศ โดยให้ชุมชนเป็นผู้กรอกข้อมูลชุมชนด้วยตัวเอง ผ่านระบบฐานข้อมูลที่ได้รับการออกแบบ การทำงานในลักษณะของ Cloud Platform เลือกใช้ฐานข้อมูลเป็น NoSQL แทน Relational Database ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับข้อมูลขนาดใหญ่ งานผ่าน Internet หรือ 4G และสามารถเปิดใช้ได้ตลอดโดย บนมือถือคอมพิวเตอร์ PC หรือ Tablet

๕.๒.๒ การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน

^๑ นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสนิน ปูนอน, “แนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, รายงานการวิจัย, (คณะเทคโนโลยีการเกษตร: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒).

^๒ บรรพต บัวขวัญ และปรัชญากรณ์ ไชยคช, “การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ ๒”, รายงานการวิจัย, (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.), ๒๕๖๒).

ในจังหวัดฉะเชิงเทราถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของธนาวิ ปิ่นประจักษ์^๓ ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรลลาโวจในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ทรัพยากรที่โดดเด่น เช่น ป่าชายเลน อ่าวสังกาอู้อ่าวพร้าว ศิลปะการแสดงพื้นบ้านประเพณีลอยเรือ ภาษาอุรลลาโวจ เครื่องมือประมงพื้นบ้านและทักษะทางทะเล เป็นต้น ด้านศักยภาพของชน พบว่า ชุมชนโต๊ะบาหลิมุ่งจุดแข็ง คือ การรักษาวัฒนธรรม และที่อยู่อาศัยดั้งเดิม และที่ตึงง่ายต่อการเข้าถึง ชุมชนสังกาอู้อิมุ่งจุดแข็ง คือ การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม และสมาชิกชุมชนมีประสบการณ์ทำงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนโต๊ะบาหลิม พบว่า ควรพัฒนาทรัพยากรบุคคล ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค และจัดกิจกรรมที่นำเสนอวิถีชีวิตดั้งเดิม ชุมชนสังกาอู้อิม พบว่า ควรจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ๒) ความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมที่ตนได้ลงมือทำร่วมกับคนในชุมชนและมีกิจกรรมที่หลากหลาย โดยเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญา และต้องการให้มีระบบรักษาความปลอดภัย ๓) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิว่าเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ และเหมาะสมในการเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เริ่มต้นสำหรับชุมชนโต๊ะบาหลิม ได้แก่ กิจกรรมแต้ม เติมเรือกิจกรรมจักสาน งานศิลป์ และกิจกรรมจับปลา ลาดะวัน และชุมชนสังกาอู้อิมได้แก่ กิจกรรมหลงรส กิจกรรม (หลง) รักษ์ ถักทอ กิจกรรมรักษ์ลาโวจ และกิจกรรมรักษ์ลีลา และสอดคล้องกับกรรณก นิลดำ และคณะ^๔ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแถบตะวันตกและชาวไต้หวันมาท่องเที่ยวมากกว่าชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีจุดประสงค์เพื่อต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีคนชาติพันธุ์หลากหลายชนเผ่า จึงมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและชาติพันธุ์สูง ซึ่งชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวทั้งพักค้างคืนและไม่ค้างคืน ผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวและมาด้วยตัวเองในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมา

^๓ ธนาวิ ปิ่นประจักษ์, “การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรลลาโวจในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่”, รายงานการวิจัย, (คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๔).

^๔ กรรณก นิลดำ และคณะ, “แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย”, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒, ๒๕๖๒): หน้า ๒๒๐-๒๓๗.

เที่ยวด้วยตัวเองโดยแวะเป็นทางผ่านเพื่อไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยพบปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือ นักท่องเที่ยวมิได้มีความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว เพียงแต่เป็นทางผ่านเท่านั้น วิธีการดำรงชีวิตประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป ขาดการสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชาติพันธุ์ อีกทั้งพบว่า มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่คล้ายกัน ตลอดจนขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักจากหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่น

๕.๒.๓ การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูล การบูรณาการระหว่างการพัฒนาฐานข้อมูล การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ**เมษธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ**^๕ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไผ่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวครบครัน สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์และโดดเด่นเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรม และมีสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ โดยศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชนได้แก่ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งเดียวในภาคอีสานอย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนควรพัฒนามีหลายองค์ประกอบ เช่น ด้านการบริหารจัดการ ควรพัฒนาการกระจายรายได้ของคนในชุมชน พัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาการบริการนักท่องเที่ยวทั้งด้านร้านอาหารร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ชุมชนควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ของตนเอง และชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับ

^๕ เมษธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ, “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไผ่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย”, วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๕): หน้า ๑-๒๕.

นักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับวิลาสินี ธนพิทักษ์^๖ ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการพบว่า (๑) ชุมชนศึกษาเรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจวางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) และสร้างเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง (๒) ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิต และสามารถ เป็นต้น แบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะทั่วไป

๑) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มฐานข้อมูลกลางที่สามารถรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบ เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนให้เป็นเครือข่ายเดียวกันเพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนให้เยาวชนมีบทบาทในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดทำวิดีโอรีวิว สารคดี หรือบทความออนไลน์เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยว เลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสม เช่น โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการออกแบบเนื้อหาให้มีลักษณะดึงดูดและ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Storytelling หรือการนำเสนอแบบอินเตอร์แอคทีฟ

๓) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงาน ภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ พัฒนาศูนย์เรียนรู้ เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้ และ สนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัด เทศกาล การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

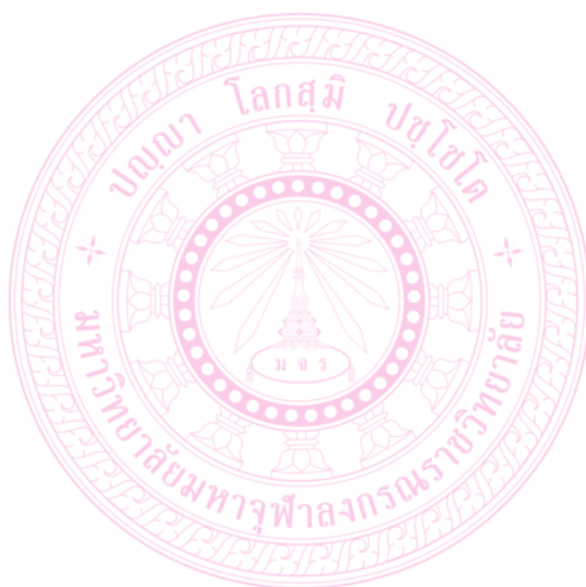
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งต่อไป

๑) ควรศึกษาการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดยะลา

๒) ควรศึกษาบทบาทของเยาวชนในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดยะลา

^๖ วิลาสินี ธนพิทักษ์, “การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญา ชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง”, วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม- ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๒๘-๓๘.

๓) ควรศึกษาการพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา



บรรณานุกรม

๑. ภาษาบาลี - ไทย:

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. มหาจุฬาเตปิฏก. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๐๐.

_____. พระไตรปิฎกภาษาไทย. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.๒.๑ หนังสือภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๗.

กองแผนและงบประมาณ. แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕). องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๒.

ชนัญ วงษ์วิภาค. ชนัญ วงษ์วิภาค. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๒.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง มหาชน, ๒๕๔๐.

ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๙.

ธวัชชัย สันติสุข. แนวทางการพัฒนาเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๒.

ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. “ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ส่งสารและผู้รับสาร” แนวการศึกษาชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ ๑-๑๕. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๖๐.

นภวรรณ ตันติเวชกุล. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๐.

บุญยสฤกษ์ อเนกสุข. ยล เยี่ยม เยือน เหยา แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ ๒. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยเนรศวร, ๒๕๕๙.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, ๒๕๔๘.

ประเวศ วะสี. แนวคิดเกี่ยวกับระบบพัฒนาการเรียนรู้. สานปฏิรูป ๒, ๒๕๔๒.

พนม เกตุมาน. พัฒนาการวัยรุ่น. คณะแพทยศาสตร์: ศิริราชพยาบาล, ๒๕๕๐.

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐. (๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม ๑๓๔ ตอนที่ ๖๓ ก, หน้า ๑-๑๒.

พัฒนา สุขประเสริฐ. ศักยภาพของเยาวชนไทยกับการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๔.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒. พิมพ์ลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๕๖.

_____. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ เฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๗ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๔. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖.

_____. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๖. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖.

วรารณ ตระกูลสุทธิ. จิตวิทยาการปรับตัว. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, ๒๕๕๕.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๕.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. ทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ ๔. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: ๒-๔, ๒๕๖๓.

๑.๒.๒ รายงานการวิจัย

กฤษนันท์ แสงมาศ และคณะ. “การพัฒนาระบบ GPS เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปราสาทโบราณจังหวัดสุรินทร์”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์, ๒๕๖๑.

กาญจนา สุระ. “การวิจัยเพื่อพัฒนาต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นจังหวัด เชียงใหม่ ปีที่ ๓”. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.), ๒๕๕๖.

จุฑามาศ เกษมสุขสถาพร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารภายในกรมอนามัย. รายงานการวิจัย. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร สำนักงานเลขาธิการกรมอนามัย, ๒๕๖๖.

ชนัญญ์ พงศ์ธราธิก. “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์”.

ปริญญาานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ. คณะพลศึกษา: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๔.

ชาสินาร์ ยาพา และคณะ. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษามลายูของนักศึกษา

สถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดยะลา. รายงานการวิจัย. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ๒๕๖๑.

ทองคำ ดวงจันทร์ และคณะ. “การพัฒนาศักยภาพของชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไทย – ลาว”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่, ๒๕๖๑.

ธนาวดี ปิ่นประจักษ์. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่ม

ชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่. รายงานการวิจัย. คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๖๔.

นภธร ศิวารัตน์. “การยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนสร้างสรรค์ในกลุ่ม

จังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์”. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

นราวดี บัวขวัญ และปริญญากรณ์ ไชยคช. การสำรวจศักยภาพและพัฒนามาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยว

โดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ ๒. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.), ๒๕๖๒.

นราวดี บัวขวัญ. “แผนงานวิจัยแนวทางการพัฒนามาตรฐานที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวโดย

ชุมชนใน ๕ จังหวัดชายแดนภาคใต้สู่อาเซียน”. รายงานการวิจัย. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๕๗.

นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน. แนวทางการพัฒนารูขี้อย่างยั่งยืนเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด

มหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์. รายงานการวิจัย. คณะเทคโนโลยีการเกษตร: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

พระครูสุชัยพัชรมงคล. การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยหลักพุทธธรรม.

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

ฟ้าพิไล ทวีสินโสภา และกิตติศักดิ์ ทวีสินโสภา. “แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมตาม

เมืองเก่า เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านหงสสตาร์ จังหวัดตรัง”. รายงานการวิจัย. วิทยาเขตตรัง: วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๑.

- วรารุช ช่างชัย. “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ย่านท่าช้าง – ท่าพระจันทร์”. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๓.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาง. ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้: เชียงใหม่. ๒๕๕๗.
- วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล และพีรพจน์ ยอดยิ่ง. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลหนองเม็ก อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.
- ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา และคณะ. “รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๑.
- ศิริพร พรหมนา. “การพัฒนาชุดกิจกรรมทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้สมองเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑”. รายงานการวิจัย. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๖๑.
- สมบุรณ์ เวสน์ และคณะ. “การพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง”. รายงานการวิจัย. สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.), ๒๕๖๒.
- สมโภช ศรีวิจิตรวรกุล. การสร้างสรรค์สังคมสันติสุข: กระบวนการแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของเยาวชนไทยในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการวิจัย. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.
- สุขุมารณ์ ชันศรี. “การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์”. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, ๒๕๕๑.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ อยุธยา. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๑.
- สุเทพ สารบรรณ และคณะ. “กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตพะเยา, ๒๕๖๐.

อัจฉรพร เณลิ้มชิต และคณะ. “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. รายงานการวิจัย. หลักสูตรการจัดการ หลักสูตรการบัญชี และหลักสูตรรัฐศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

๑.๒.๓ เว็บไซต์

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่การท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม”. <http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.phd?nid=3972&filename=index>. เมษายน ๒๕๖๒.

กฤษฎพงษ์ เลิศบำรุงชัย. “เกมิฟิเคชัน (Gamification) โลกแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเกม”. <touchpoint.in.th/gamification>, ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๖.

กาญจนา นาคสกุล. การกำหนดอายุเยาวชน. <<http://legacy.orst.go.th/?knowledges>>. ๓ มีนาคม ๒๕๖๗.

บุญมาตา ทับศฤงฆรา. “การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ศูนย์การทหารปืนใหญ่ จังหวัดลพบุรี”. <www.macmthai.grad.chula.ac.th/ISAbstract.pdf>. ๓๐ เมษายน ๒๕๕๖.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา. สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เดือน กันยายน ๒๕๖๖. <https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/chachoengsao/download/article/article_20231102143853.jpg> ๓ มีนาคม ๒๕๖๗.

๑.๒.๔ วารสาร

กรกนก นิลดำ และคณะ. “แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย”. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒, ๒๕๖๒): หน้า ๒๒๐-๒๓๗.

ธนากร ทองธรรมศิริ และโอชัยญา บัวธรรม. แนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – กุมภาพันธ์): ๒๕๖๔.

นิภาพรรณ โสพัฒน. “วิธีการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ”. วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการ
บริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (๒๕๖๒): ๒๓-๓๐.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (ม.ค.-มิ.ย, ๒๕๕๔): หน้า ๓๑-๕๐.

เมธธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ. “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
 โดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัด
 เลย”. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม -
 มิถุนายน ๒๕๖๕): หน้า ๑-๒๕.

ยุชิตา กันหาหมิง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์. “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิง
สร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร”. รายงานการประชุมระดับชาติ
 และนานาชาติ, ๒๕๖๒.

วัลลภ ทองอ่อน. การเชื่อมโยงทางพื้นที่ของการท่องเที่ยวเขตมรดกโลกกลุ่มเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย
 และเมืองบริวารด้วยการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และการสร้างคู่มือการ
 ท่องเที่ยว. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ ๕.
 นครราชสีมา: มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา, ๒๕๕๘.

วิลาสินี ธนพิทักษ์. “การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญา
 ชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง”. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. ปีที่ ๑๔
 ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๒๘-๓๘.

สลิตตา สาริบุตร และ ณิชพงษ์ สืบบุญเรือง. การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ
 ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: ศึกษากรณีชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานี. วารสารการ
จัดการภาครัฐและภาคเอกชน. ปีที่ ๒๙ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๖): ๖๗-๘๕.

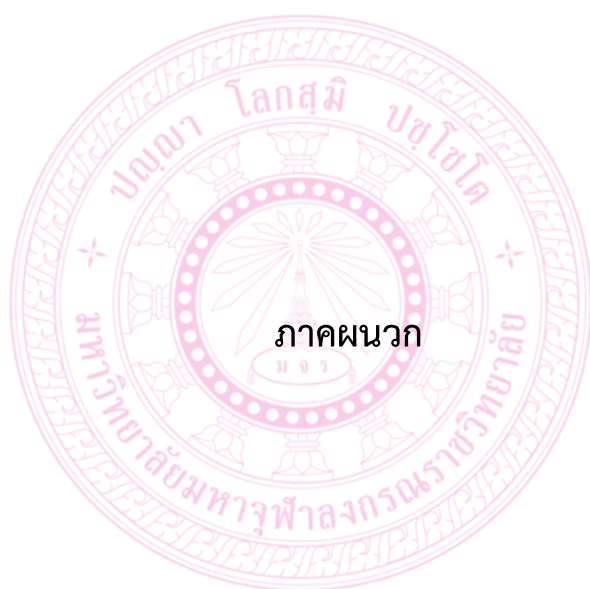
สินธุ์ สโรบล และคณะ. “การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน”. **ประชาคมวิจัย**. ๑๐(๕๗), ๒๕๔๗): หน้า
 ๑๕ - ๒๑.

อุดมลักษณ์ เพ็ญรพัฒน์. “ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ”.
วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม -
 ธันวาคม ๒๕๖๐): หน้า ๒๘-๔๓.

๑.๒.๔ หนังสือภาษาอังกฤษ

- Alexander J. Romiszowski. **Educational Technology Magazine is the world's leading periodical publication.** Educational Technology. Vol. 34. No. 7. Special Issue: Electronic Publishing September, 1994.
- Applewhite. P. B. **Organization Behavior Englewood Cliffs.** New York: Prentice Hall, 1965.
- Barker. M.. et al. **Social Media Marketing: A Strategic Approach.** International Edition. United States: South-Western. Cengage Learning, 2013.
- Connolly, T., & Begg. C. **Database Systems: A Practical Approach to Design, Implementation, and Management.** 6th ed. Harlow: Pearson, 2015.
- Creswell, J. W. **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches.** 3rd ed. SAGE Publications, 2013.
- Date, C. J. **An Introduction to Database Systems.** 8th ed. Boston: Addison-Wesley, 2019.
- Elmasri, R., & Navathe, S. B., **Fundamentals of Database Systems.** 7th ed. Boston: Pearson, 2016.
- Getzels. J. W.. & Jackson. P. W.. **Creativity. and Intelligence: Exploration with Gifted Students.** New York: John Wiley & Sons, 1962.
- Guilford. J.P. **Structure of Intellect Psychological.** New York: McGraw-Hill Book Co., 1956.
- Heinich. R. et al. **Instructional Media and Technologies for Learning.** New Jersey: Prentice Hall. Inc, 1996.
- Hybels, S. & Weaver, R.L. **Communication effectively.** 4th ed. New York: McGraw-Hill, 1995.
- McKercher, B., & du Cros, H. **Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management.** 2nd ed. Routledge, 2020.
- Morse. N. C. **Satisfactions in the White-Collar Job.** Michigan: University of Michigan. Press, 1953.
- Richards, G. **Cultural Tourism: Global and Local Perspectives.** 2nd ed. Routledge, 2018.

- Silberschatz, A., Korth, H. F., & Sudarshan, S. **Database System Concepts**. (7th ed.). New York: McGraw-Hill, 2020.
- Smith, M. K. **Issues in Cultural Tourism Studies**. 3rd ed. Routledge, 2020.
- Smith. N. **Corporate Social Responsibility: whether or how?**. California Management Review, 2003.
- Steinberg, L. **Adolescence**. 2nd ed. Boston (MA: McGraw-Hill, 1996.
- _____. **Adolescence**. 4th ed. USA: McGraw-Hill, 1999.
- Swarbrook. John. **Consumer Behavior in Tourism** Butterworth-Heinemann. New Jersey: John Wiley and son. Inc, 1999.
- Taro Yamane. **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper & Row, 1973.
- Throsby, D. **Cultural Economics and the Creative Economy**. Cambridge University Press, 2019.
- Torrance. E.P. and Myers. R.E. **Creative Learning and Teaching**. New York : Dood. Mead and Company, 1972.
- UNESCO. **Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good**. UNESCO Publishing, 2021.
- UNICEF. **Adolescent Development and Participation: A Global Perspective**. New York: UNICEF, 2012.
- United Nations. **World Youth Report 2007: Young People's Transition to Adulthood**. New York: United Nations, 2007.
- Whitehead A.N. **The Aims of Education and Other Essay**. (New York: The Free Press, 1967.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๒๖๗/๒๕๖๗

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: กระบวนการการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

(The Process of Development a Database and the Potential to Promote Cultural Tourism in Chachoengsao Province)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800767019

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ผู้วิจัยหลัก: นายพรภิรมย์ ยอดบุญ

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |

(พระมหาสมบุญ ฐิตฺตมฺหา, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

หมายเลขใบรับรอง: ว.๒๖๗/๒๕๖๗

วันที่ให้การรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๘

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๒๖๗



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
 โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
 www.mcu.ac.th

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายพรภิรมย์ ยอดบุญ / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำ
 การวิจัยในเรื่อง “กระบวนการการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์
 พุทธโสธร

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มี
 การแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเจริญพรมหาเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระมหาสมบุญ วุฑฒิกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๒๖๘/๒๕๖๗

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนใน จังหวัดฉะเชิงเทรา
 (Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism by Youth in Chachoengsao Province)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800767019

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ผู้วิจัยหลัก: พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลย์รักษ์)

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |


 (พระมหาสมบุญ วุฑฒิโกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

หมายเลขใบรับรอง: ว.๒๖๘/๒๕๖๗

วันที่ให้การรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๘

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๒๖๘



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
 โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
 www.mcu.ac.th

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เรียน พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำ
 การวิจัยในเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
 ในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มี
 การแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

เรียนมาด้วยความนับถือ

(พระมหาสมบุรณ์ วุฑฒิกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๒๖๙/๒๕๖๗

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 (Strengthening Learning Resources and Networks to Promote Cultural Tourism in Chachoengsao Province)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800767019

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ผู้วิจัยหลัก: นายดนัย ทองบุญมา

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๗ |

(พระมหาสมบุญ ณ วุฑฒิกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

หมายเลขใบรับรอง: ว.๒๖๙/๒๕๖๗

วันที่ให้การรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๘

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๒๖๙



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายดนัย ทองบุญมา / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มีการแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเจริญพรมาทเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระมหาสมบุญ ฐิตกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ผลการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย
เรื่อง กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านเลือกให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

๑. เพศ

() ชาย () หญิง

๒. อายุ

() ต่ำกว่า ๒๐ ปี () ๒๐-๓๐ ปี
 () ๓๑-๔๐ ปี () ๔๑-๕๐ ปี
 () ๕๑-๖๐ ปี () ๖๑ ปี ขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
 () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.
 () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

๓. อาชีพ

() เกษตรกร () รับจ้าง () ธุรกิจส่วนตัว
 () ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () นักเรียน/นักศึกษา () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

๔. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท () ๕,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท
 () ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท () ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท
 () มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาท

๕. ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว

() วัดโสธรวราราม วรวิหาร () ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี
 () วัดสมานรัตนาราม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย ✓ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. การส่งเสริมการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว						
๑.๑ การส่งเสริมคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม						
๑. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	๑	๑	๐	๒	๐.๖	ใช้ได้
๒. มีการจัดกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณี และจัดต่อเนื่องกันทุกปี	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. ความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการสร้าง ความประทับใจแก่ผู้พบเห็น	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔. ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๕. ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๖. มีความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น การมีประเพณี ความเชื่อ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน นิทานปรัมปรา โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการ เป็นประจำทุกปี	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๗. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ เช่น มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑.๒ การส่งเสริมศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม						
๘. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถขนาดใหญ่ ได้แก่ รถโดยสารหรือรถจักรยาน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๙. ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว เช่น ไม่มีเหตุอันตราย ๑-๒ ครั้ง ในรอบ ๑๐ ปี หรือนานกว่า	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๐. นอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม	๑	๑	๐	๒	๐.๖	ใช้ได้
๒. การส่งเสริมศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว						
๑๑. แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย และยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๒. มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. การส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการ						
๓.๑ การส่งเสริมการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว						
๑๓. มีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก	๑	๐	๑	๒	๐.๖	ใช้ได้
๑๔. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวน พื้นที่นันทนาการ และพื้นที่พักอาศัย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๕. การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและ/หรือฤดูกาล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑๖. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ	๑	๑	๐	๒	๐.๖	ใช้ได้
๑๗. มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒ การส่งเสริมการจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว						
๑๘. มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๙. มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัย แก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๐. มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๑. มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๒. มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๓ การส่งเสริมการจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว						
๒๓. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๔. กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ใน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
พื้นที่ และไม่ขัดต่อกฎหมายศีลธรรมอันดี หรือ วัฒนธรรมของชาติ						
๒๕. มีการศึกษา วิจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่ และ นำข้อมูลที่ได้มาวาง แนวทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ ต่อแหล่งวัฒนธรรม	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๖. มีการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลที่ได้มาวางแนวทางการดำเนินการ ท่องเที่ยวที่ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณีของคนใน ท้องถิ่น	๑	๐	๑	๒	๐.๖	ใช้ได้
๒๗. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่ง วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อ ทัศนียภาพ	๑	๑	๐	๒	๐.๖	ใช้ได้
๓.๔ การส่งเสริมการจัดการด้านการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก						
๒๘. มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็น ศูนย์บริการอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๙. มีบุคลากรที่มีความรู้ เรื่องวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์ให้บริการ ด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว และชุมชนโดยรอบ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๐. มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้าย สื่อความหมาย บนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับ นักท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๑. มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และ ชุมชนเกี่ยวกับคุณค่า ของแหล่งท่องเที่ยว และการ อนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๒. มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๓.๕ การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว						
๓๓. ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยวการให้บริการต่าง ๆ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๔. ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๕. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๖. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๗. มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทหลักต่อการจัดการการท่องเที่ยว	๑	๑	๐	๒	๐.๖	ใช้ได้
๓.๖ การส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว						
๓๘. ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๙. ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๐. ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๑. ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๒. ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

**สรุปแบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเกี่ยวกับ
ฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา**

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย/แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

-๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๑ ผู้ตอบแบบสำรวจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๓ กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๔ สิ่งอำนวยความสะดวก	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๕. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๕ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๖. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๖ ข้อมูลอื่น ๆ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๗. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๗ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคด้านฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	153.07	630.202	.724	.983
A2	152.90	632.024	.555	.983
A3	152.77	625.013	.672	.983
A4	152.97	636.033	.556	.983
A5	152.77	633.151	.639	.983
A6	152.80	630.855	.613	.983
A7	152.97	627.482	.781	.982
B8	152.90	627.886	.678	.983
B9	153.00	623.517	.719	.983
B10	153.20	629.890	.762	.982
B11	152.87	627.499	.698	.983
B12	153.00	629.862	.669	.983
B13	153.07	632.478	.663	.983
B14	153.07	629.582	.792	.982
B15	153.00	630.552	.786	.982
B16	153.13	627.292	.789	.982
B17	153.27	634.133	.692	.983
D18	153.17	631.454	.720	.983
D19	153.20	626.372	.807	.982
D20	153.07	634.064	.783	.982
D21	153.07	626.961	.811	.982
D22	153.13	626.189	.773	.982
D23	153.13	632.947	.735	.983
D24	153.03	633.757	.681	.983
D25	153.10	629.817	.777	.982
D26	153.00	622.207	.858	.982

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D27	152.97	630.240	.811	.982
D28	152.87	621.223	.848	.982
D29	152.97	621.551	.842	.982
D30	152.90	626.783	.829	.982
D31	153.00	628.207	.798	.982
D32	152.90	628.645	.732	.982
D33	153.00	622.966	.799	.982
D34	153.07	624.685	.744	.982
D35	153.00	628.000	.804	.982
D36	153.00	621.931	.823	.982
D37	152.93	625.099	.858	.982
D38	153.03	620.033	.860	.982
D39	153.13	626.533	.765	.982
D40	152.93	619.306	.867	.982
D41	152.93	623.720	.845	.982
D42	152.80	620.166	.865	.982

N of Cases = 30 N of Item = 42 Cronbach's Alpha = .983

ผลการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

๑. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

๒. อายุ (แบ่งกลุ่มประชากรตามแนวคิดนักเศรษฐศาสตร์ (Generation))

☐ ต่ำกว่า ๒๐ ปี ☐ ๒๐ - ๓๗ ปี ☐ ๓๘ - ๕๓ ปี ☐ ๕๔ ขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
☐ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

๔. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ รับจ้างทั่วไป ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๕. รายได้เฉลี่ย/เดือน

☐ น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ☐ ๑๐,๐๐๑-๑๕,๐๐๐ ☐ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐
☐ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ ☐ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ ☐ มากกว่า ๓๐,๐๐๐

๖. ภูมิลำเนา

☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ ภาคกลาง
☐ ภาคใต้ ☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันตก

ตอนที่ ๒ สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย/แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

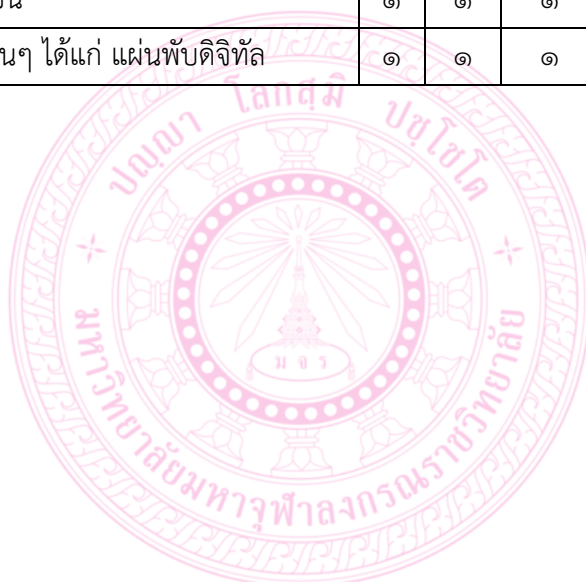
๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

-๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ปัจจุบัน ท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๑.๑ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับใดบ้าง						
๑.๑.๑ ภาพวาด	๐	๑	๑	๒	๐.๖๗	ใช้ได้
๑.๑.๒ แผนผังภาพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๓ ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๔ วารสาร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๕ ใบปลิว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๖ แผ่นพับ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๗ หนังสือเล่มเล็ก	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๘ คู่มือ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑.๙ โปสเตอร์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ ประเภทจดหมายตรงในระดับใดบ้าง						
๑.๒.๑ บันทึกรับข้อความ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒.๒ จดหมาย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒.๓ โปสการ์ด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับใดบ้าง						
๑.๓.๑ วิทยูกระจายเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓.๒ วิดีทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓.๓ โทรทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ ประเภทสื่อดิจิทัลในระดับใด						
๑.๔.๑ ภาพถ่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔.๒ อีเมลล์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔.๓ โหมมเพจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔.๔ แอปพลิเคชัน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔.๕ สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๓ ความต้องการ สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๒.๑ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับใดบ้าง						
๒.๑.๑ ภาพวาด	๐	๑	๑	๒	๐.๖๗	ใช้ได้
๒.๑.๒ แผนผังภาพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๓ ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๔ วารสาร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๕ ใบปลิว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๖ แผ่นพับ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๗ หนังสือเล่มเล็ก	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๘ คู่มือ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๙ โปสเตอร์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒ ประเภทจดหมายตรงในระดับใดบ้าง						
๒.๒.๑ บันทึกข้อความ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๒ จดหมาย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๓ โปสการ์ด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับใดบ้าง						

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๒.๓.๑ วิทยูกระจายเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓.๒ วิดีทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓.๓ โทรศัพท์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔ ประเภทสื่อดิจิทัลในระดับใด						
๒.๔.๑ ภาพถ่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๒ อีเมลล์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๓ โฮมเพจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๔ แอปพลิเคชัน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๕ สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

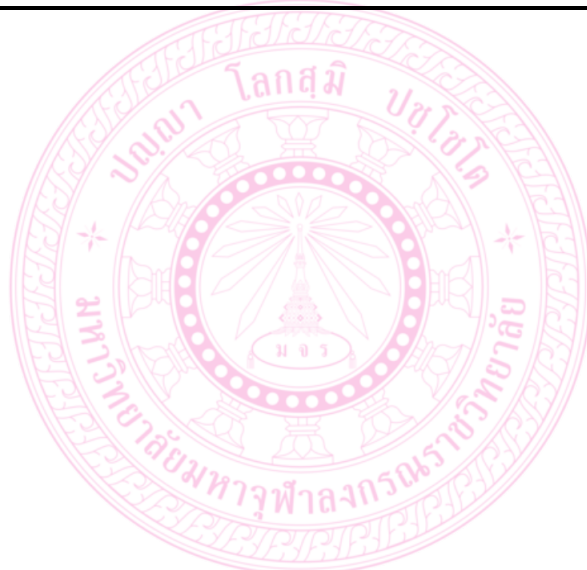


ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A2	132.10	215.403	.560	.884
A3	131.77	219.840	.226	.887
A4	132.30	211.941	.376	.885
A5	132.03	216.171	.286	.886
A6	131.97	218.171	.276	.886
A7	132.03	217.068	.309	.886
A8	131.70	216.286	.250	.887
A9	131.60	221.283	.060	.890
B11	132.10	215.197	.503	.884
B12	132.27	209.720	.608	.881
C14	132.33	212.575	.465	.883
C15	132.33	212.920	.450	.884
D17	132.33	217.471	.265	.886
D18	132.50	215.707	.228	.888
D19	132.70	213.872	.219	.889
D20	132.87	203.568	.485	.883
aa2	132.80	204.372	.600	.880
aa3	133.17	212.144	.368	.885
aa4	132.30	218.976	.189	.887
aa5	132.57	208.461	.540	.882
aa6	132.67	200.506	.733	.878
aa7	133.07	203.720	.663	.879

aa8	132.77	206.599	.527	.882
aa9	132.93	203.857	.654	.879
bb11	131.20	215.407	.357	.885
bb12	131.33	214.575	.375	.885
cc14	131.10	210.576	.605	.882
cc15	131.23	213.220	.437	.884
dd17	131.27	217.237	.245	.887
dd18	131.27	206.340	.651	.880
dd19	131.27	218.409	.146	.889
dd20	131.10	217.679	.260	.886



ผลการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

๑. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

๒. อายุ (แบ่งกลุ่มประชากรตามแนวคิดนักเศรษฐศาสตร์ (Generation))

☐ ต่ำกว่า ๒๐ ปี ☐ ๒๐ - ๓๗ ปี ☐ ๓๘ - ๕๓ ปี ☐ ๕๔ ขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
☐ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

๔. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ รับจ้างทั่วไป ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๕. รายได้เฉลี่ย/เดือน

☐ น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ☐ ๑๐,๐๐๑-๑๕,๐๐๐ ☐ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐
☐ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ ☐ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ ☐ มากกว่า ๓๐,๐๐๐

๖. ภูมิลำเนา

☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ ภาคกลาง
☐ ภาคใต้ ☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันตก

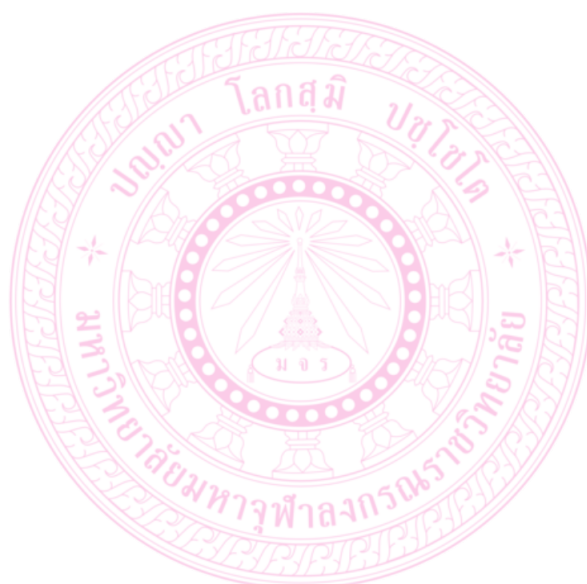
คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย/แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์
- ๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์
- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๑.๑ ความชัดเจนในการอธิบายข้อมูล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ การเรียบเรียงข้อมูลที่เข้าใจง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓ ความเหมาะสมของข้อมูลในแต่ละตอน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ การสื่อความหมายชัดเจนทั้งภาพ ข้อความ และเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๕ ความน่าสนใจในการนำเสนอ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๖ ความสอดคล้องของสื่อกับการนำเสนอ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๗ ความง่ายของการเข้าใจสื่อ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๘ ความสอดคล้องของภาพและเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๙ การจัดวางรูปแบบง่ายต่อการอ่าน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๐ ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๑ ภาพประกอบสื่อความหมาย น่าสนใจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๒ เสียงบรรยายชัดเจน ออกเสียงตามได้ง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑.๑๓ สื่อมีความคงทน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๔ ได้รับความรู้และสาระที่เป็นประโยชน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๕ สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๖ ความเหมาะสมในการเป็นสื่อ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๗ เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเองได้	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๑๘ ความสะดวกในการใช้งาน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้



ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย
เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A2	59.83	43.730	.609	.732
A3	60.63	47.413	.302	.758
A4	59.50	48.328	.336	.755
A5	60.20	54.786	-.219	.818
A6	60.43	45.357	.413	.748
B8	60.33	45.057	.478	.743
B9	60.30	44.838	.498	.741
B10	60.33	48.299	.287	.758
B11	58.33	47.333	.436	.749
B12	58.37	47.206	.487	.747
B13	58.37	47.275	.527	.745
C15	58.43	46.806	.424	.749
D17	58.57	47.771	.344	.754
D18	58.77	47.702	.282	.759

ผลการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย การเสริมสร้างการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาคำถามว่า ข้อคำถามแต่ละข้อวัดได้ตรงตามสิ่งที่ต้องการวัด เนื้อหา หรือ วัตถุประสงค์ มากน้อยเพียงใด โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังนี้

ให้คะแนน	+๑	หมายถึง	แน่ใจว่าคำถามนั้นวัดตามจุดประสงค์การวิจัย
ให้คะแนน	๐	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นวัดตามจุดประสงค์การวิจัย
ให้คะแนน	-๑	หมายถึง	แน่ใจว่าคำถามนั้นไม่วัดตามจุดประสงค์การวิจัย

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่า ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ หรือเนื้อหา (หรือ IOC) จากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เรียนรู้	เมื่อ	IOC	แทน	ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์การ
	เมื่อ	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
		N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เลือกข้อสอบที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .๕๐ ขึ้นไป เป็นข้อสอบที่อยู่ในเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ใช้ได้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านเลือกให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

๑. เพศ

() ชาย () หญิง

๒. อายุ

() ต่ำกว่า ๒๐ ปี () ๒๐-๓๐ ปี
() ๓๑-๔๐ ปี () ๔๑-๕๐ ปี
() ๕๑-๖๐ ปี () ๖๑ ปี ขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

๓. อาชีพ

() เกษตรกร () รับจ้าง () ธุรกิจส่วนตัว
() ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() นักเรียน/นักศึกษา () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

๔. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท () ๕,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท
() ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท () ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท
() มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาท

๕. พื้นที่ชุมชน

() ชุมชนวัดโสธรวราราม วรวิหาร () ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี
() ชุมชนวัดสมานรัตนาราม

ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย ✓ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้
คะแนนดังนี้

- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การ
วิจัย
- ๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับ
จุดประสงค์การวิจัย
- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
จุดประสงค์การวิจัย

สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. มีนโยบายการใช้ประโยชน์แหล่งเรียนรู้เชิง วัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๒. มีนโยบายการอนุรักษ์และสืบทอดแหล่ง เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๓. มีนโยบายการเพิ่มมูลค่าเชิงเศรษฐกิจแหล่ง เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๔. มีแผนยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการใช้ แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๕. มีแผนปฏิบัติการที่ส่งเสริมสนับสนุนการใช้ แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๖. มีมาตรการการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม ในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๗. มีการรณรงค์การบูรณาการการเรียนการสอน โดยใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๘. มีการสนับสนุนให้ครู บุคลากรไปทัศนศึกษา แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชนเพื่อนำมา พัฒนาการจัดการเรียนการสอน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๙. มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการใช้แหล่ง เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้

สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑๐. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๑. มีการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๒. มีการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๓. มีการจัดประชุม อบรม และรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๔. มีการบูรณาการการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชนกับการจัดการเรียนการสอน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๕. มีการนิเทศ กำกับ และติดตามผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๖. มีการประเมินผลการดำเนินงานการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๗. มีการรายงานผลการดำเนินงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบเกี่ยวกับการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๘. มีการนำผลการประเมินมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานการใช้แหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมในชุมชน	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้
๑๙. มีการใช้แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในชุมชนไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนตามที่ตั้งเป้าหมายไว้	๑	๑	๐	๒	๑.๕	ใช้ได้
๒๐. มีการนำปราชญ์ท้องถิ่น ผู้ทรงความรู้ ทระกูลวุฒิ มาส่งเสริมการจัดการแหล่งเรียนรู้	๑	๑	-๑	๑	๓	ใช้ได้
๒๑. มีการจัดการเรียนการสอนได้ใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ประเภททรัพยากรธรรมชาติ	๑	๑	๑	๓	๑	ใช้ได้

สภาพปัจจุบันด้านแหล่งเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วิถีชีวิตริม คลอง ตลาดน้ำ						

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all
variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
G1	84.70	60.907	.589	.741

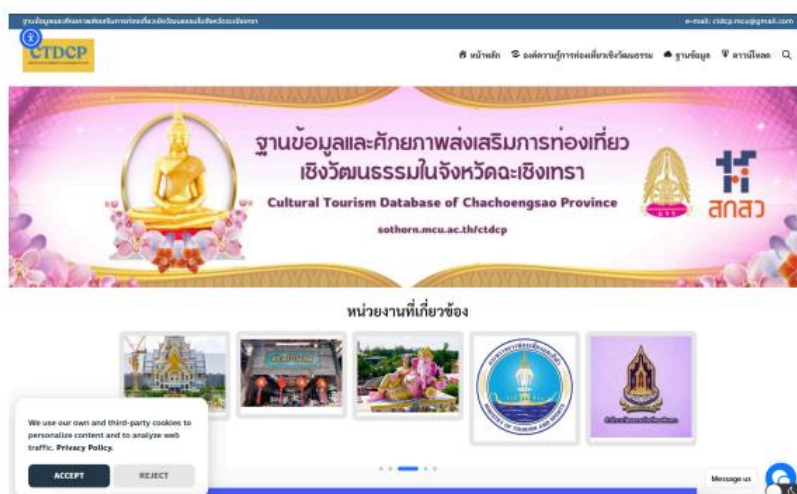
G2	84.53	63.292	.260	.753
G3	84.60	63.697	.178	.756
G4	84.57	60.116	.587	.739
G5	84.77	61.633	.519	.744
G6	84.70	62.769	.340	.750
G7	84.63	58.723	.681	.733
G8	84.70	63.597	.151	.757
G9	84.73	63.651	.169	.756
G10	84.73	62.478	.388	.748
G11	84.70	58.010	.706	.730
G12	84.63	57.757	.620	.731
G13	84.90	62.093	.392	.748
G14	84.87	60.395	.515	.741
G15	85.00	58.000	.521	.735
G16	85.03	59.413	.421	.742
G17	84.90	59.128	.520	.738
G18	84.73	58.961	.679	.733
G19	84.80	59.476	.649	.736
G20	84.67	61.057	.486	.743
G21	84.63	63.826	.195	.755



คู่มือการใช้งานเว็บไซต์

sothorn.mcu.ac.th/ctdcp

ฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา



ฉบับนักท่องเที่ยว (Tourist Version)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์

วิจัยและนวัตกรรม (สกลสว.)

MCU RS 800767019

บทนำ (Introduction)

ยินดีต้อนรับสู่เว็บไซต์ (Welcome to the Website)



เว็บไซต์นี้คืออะไร? (What is this website?)

ฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว:

วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดสมานรัตนาราม และตลาดบ้านใหม่)

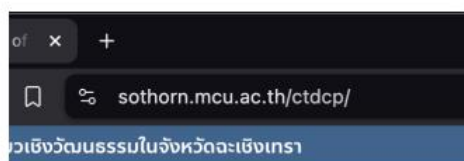
ทำไมต้องใช้คู่มือนี้? (Why use this manual?)

เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดายและเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

เริ่มต้นใช้งาน (Getting Started)

การเข้าสู่เว็บไซต์ (Accessing the Website)

พิมพ์ URL <https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp> ที่ช่อง address bar ตามภาพ



ภาพรวมหน้าแรก (Homepage Overview)



3

ศูนย์บูรณาการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมวัฒนธรรม
CTDCP

หน้าหลัก | องค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | ฐานข้อมูล | ข่าวประชาสัมพันธ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



เพื่อศึกษาระบบการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เพื่อศึกษาการพัฒนาโครงสร้างและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยแนวชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เพื่อศึกษาเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์การวิจัย

Message us

คณะผู้วิจัย



อีบุ๊กที่เกี่ยวข้อง
CTDCP Ebook

ดาวน์โหลดอีบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับ ระบบฐานข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
(Cultural Tourism Database of Chachoengsao Province).

คลิกดาวน์โหลด



ภาพ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ฉะเชิงเทรา



แผนที่ที่ปัก ใกล้เคียง



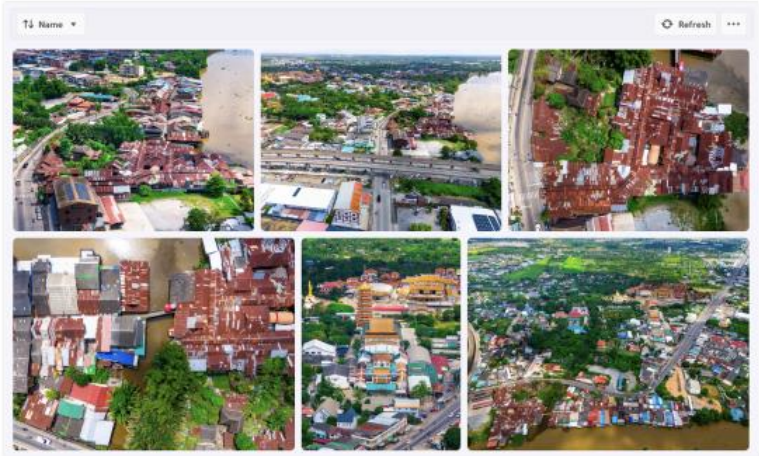
ภาพ วัดสมานรัตนาราม ฉะเชิงเทรา



แผนที่ปักใกล้เคียง



ภาพ ตลาดบ้านใหม่ ฉะเชิงเทรา



แผนที่พัก ใกล้เคียง





🌤️ **สำรวจสภาพอากาศ**



แบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
** ข้อมูลของท่านจะช่วยให้ฐานข้อมูลฐานนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้น **

**แบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ฐานข้อมูล
และศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา**

ลงทะเบียนใช้ Google เพื่อบันทึกการแก้ไข ข้อมูลเพิ่มเติม

* ระบุว่าเป็นคำถามที่จำเป็น

1. เพศ *

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ *

Online

1

Offline

122

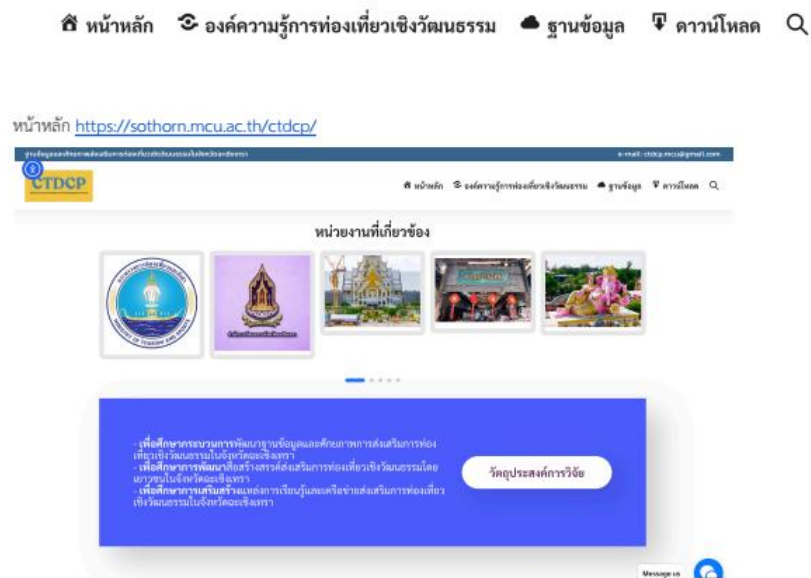
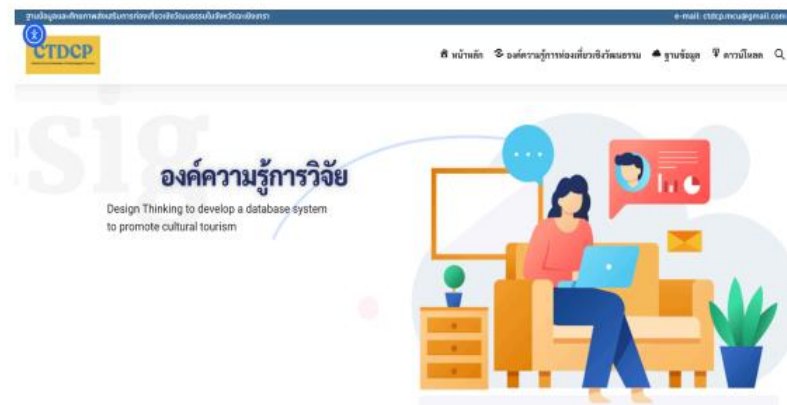
Visit Today

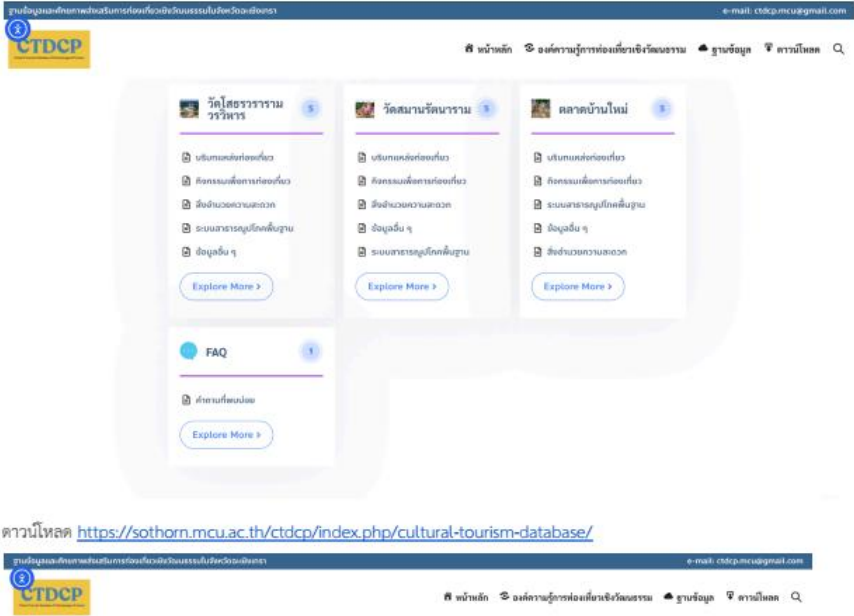
2

Page Today

2

เมนูหลักและการนำทาง (Main Menu and Navigation)

องค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม <https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp/index.php/cultural-tourism-knowledge/>ฐานข้อมูล <https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp/index.php/cultural-tourism-database/>



อีบุ๊กที่เกี่ยวข้อง
CTDCP Ebook

ดาวน์โหลดคู่มือที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลการท่องเที่ยว
ของจังหวัดจันทบุรี (Cultural Tourism Database of Chachoengsao Province)



ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว (Tourist Information)

วัดโสธรวราราม วรวิหาร

เข้าถึงได้ที่ <https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp/index.php/docs-category/watsothorn/>


วัดโสธรวราราม วรวิหาร
5


บริบทแหล่งท่องเที่ยว


กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว


สิ่งอำนวยความสะดวก


ระบบสารสนเทศภูมิฐาน


ข้อมูลอื่น ๆ


วัดสมานรัตนาราม
5


ตลาดบ้านใหม่
5


FAQ
1

Home /

ฐานข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา /

วัดโสธรวราราม วรวิหาร



วัดโสธรวราราม วรวิหาร
5 Docs


บริบทแหล่งท่องเที่ยว

Last Updated: 27/02/2025

ประวัติความเป็นมา วัดโสธรวราราม เป็นวัดเก่าแก่ มีประวัติความเป็นมายาวนานสืบไปถึงสมัยอยุธยาตอนปลาย ตามประวัติกล่าวว่า สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๓๐๐ เดิมมีชื่อว่า “วัดหงส์” เพราะมีเสาหงส์อยู่ในวัด เป็นเสาสูงมียอดเป็นดงหงส์อยู่ปลายเสา ต่อมาได้เกิดพายุใหญ่พัดให้หงส์ยอดเสาตกลงมาเหลือแต่ตัวเสา ชาวบ้านจึงนำธงขึ้นไปแขวนแทน และจากนั้นจึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น “วัดเสาธง” ต่อมาก็เกิดพายุพัดเสาธงหักอีก จึงเปลี่ยนชื่อวัดเป็น “วัดเสาธงทอง” []

การตั้งเสาหงส์และเสาธงนั้น เป็นวัฒนธรรมประเพณีตามความเชื่อแบบชาวนอกญะ จึงมีผู้สันนิษฐานว่า เมื่อแรกสร้างวัดแห่งนี้ อาจมีความเกี่ยวข้องกับชาวนอกญะหรือชุมชนนอกญะมาก่อน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่ปรากฏหลักฐานใดที่สอดคล้องกับข้อสันนิษฐานดังกล่าว

ตามตำนานเล่าว่า ราว พ.ศ. ๒๓๑๓ เกิดเรื่องราวปาฏิหาริย์มีพระพุทธรูปพี่น้อง ๓ องค์ ลอยน้ำลงมาพร้อมกันจากหัวเมืองเหนือ และชาวบ้านได้เชิญเชิญพระพุทธรูปองค์หนึ่งมาประดิษฐาน ณ วัดนี้ “วัดเสาธงทอง” จึงเปลี่ยนเป็นชื่อ “วัดโสธร” ซึ่งคำว่า “โสธร” ในที่นี้ อาจแปลความหมายได้ว่า “พี่น้องร่วมท้องเดียวกัน” ซึ่งพ้องกับประวัติของพระพุทธรูป ๓ พี่น้องก็เป็นได้ ทั้งนี้ ชื่อ “วัดโสธร” ...

วัดสมานรัตนาราม

เข้าถึงได้ที่

<https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp/index.php/docs-category/watsam-anrattanaram/>

วัดโสธรวราราม วรวิหาร 5

วัดสมานรัตนาราม 5

บริการแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อมูลอื่น ๆ

ระบบสารานุกรมไทยภาคพื้นฐาน

ตลาดบ้านใหม่ 5

FAQ 1

Home / ฐานข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา / วัดสมานรัตนาราม



วัดสมานรัตนาราม

5 Docs

บริบทแหล่งท่องเที่ยว

Last Updated: 26/02/2025

วัดสมานรัตนาราม วัดสมานรัตนาราม (ใหม่ขุนสมานเพ็ญนคร) เป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายธรรมยุติกนิกาย ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง บ้านหมู่ที่ ๑๑ ตำบลบางแก้ว (ตำบลใหม่แสวกเดิม) อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา และใกล้กับโครงการเขื่อนกั้นบางปะกง มีเนื้อที่ถาวรน้ำโดยนถที่ต้งวัด ๒๖ ไร่ ๓ งาน ๕ ตารางวา (ภายหลังปี ๒๕๕๒-๒๕๕๗ พระครูปลัด

ตลาดบ้านใหม่

เข้าถึงได้ที่ <https://sothorn.mcu.ac.th/ctdcp/index.php/docs-category/baan-mai-market-100-years/>

วัดโสธรวราราม วรวิหาร 5

วัดสมานรัตนาราม 5

ตลาดบ้านใหม่ 5

บริการแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ระบบสารานุกรมไทยภาคพื้นฐาน

ข้อมูลอื่น ๆ

สิ่งอำนวยความสะดวก

FAQ 1

Home / ฐานข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา / ตลาดบ้านใหม่



ตลาดบ้านใหม่

5 Docs

บริบทแหล่งท่องเที่ยว

Last Updated: 26/02/2025

ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี สภพโดยทั่วไป ขุนเขตตลาดบ้านใหม่มีลักษณะเป็นอาคารไม้เรียงรายต่อเนื่องกันเป็นแนวยาวขนานกับแม่น้ำบางปะกง โดยตัวอาคารจะหันหน้าเข้าหากันซ้ายขวา มีทางเดินตรงกลางและมีสะพานข้ามคลองบ้านใหม่ที่ตั้งอยู่ระหว่างเขตตลาดบนกับเขตตลาดล่างใหม่ ตลาดบ้านใหม่มีพื้นที่อยู่ประมาณ ๒๐๕ ไร่เศษ โครงสร้างทำด้วยไม้ทั้งหลัง เป็นคอกแถวชั้นเดียว และขึ้นครึ่งตลาดบ้านใหม่ แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน คือ ๑) ตลาดบนหรือหัวตลาด เป็นส่วนของกองค้าและออกบริเวณนี้เป็นที่ตั้งของศาลเจ้าแม่ทับทิม ๒) ตลาดกลางหรือกลางตลาด เป็นส่วนที่ต่อเนื่องจากตลาดบนและ ๓) ตลาดล่างหรือท้ายตลาด เป็นส่วนของกองค้าและออกตลาดมีเขตของตลาดบ้านใหม่ บริเวณนี้เป็นที่ตั้งของศาลเจ้าพ่อโคกนิคมศรี] ตลาดบ้านใหม่ เป็นตลาดการค้าขนาน เดิมใช้การสัญจรทางน้ำเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้ตลาดบ้านใหม่มีท่าเรืออยู่มากมาย ปัจจุบันมีท่าเรือ ๓ ท่าเรือ คือ (๑) ท่าเรือฝั่งตลาดบ้านใหม่บริเวณหน้าร้านป่าใหญ่ (๒) ท่าเรือฝั่งฟรีฝั่งตลาดบ้านใหม่ บริเวณใกล้สะพานข้ามคลองบ้านใหม่ และ (๓) ท่าเรือของเขตของตลาดบนบริเวณหัวตลาด จากหลักฐานประวัติศาสตร์เมืองฉะเชิงเทราได้ว่า จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นชุมชนที่มีความสำคัญในด้านต่างๆ ตามสมัย ดังนี้] ยศถกถง เป็นเมืองสำคัญทางด้านการเมืองการ

ข้อมูลสำหรับติดต่อสอบถาม

เบอร์ Mobile: 094-009-6489

อีเมล ctdcp.mcu@gmail.com

**วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**

4.7 ★★★★★ (26)
วิทยาลัย · ๕

ภาพรวม รีวิว เกี่ยวกับ

เส้นทาง บันทึก ใกล้เคียง ส่งไปที่โทรศัพท์ แชร์

📍 เลขที่ 158, ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา
จังหวัดฉะเชิงเทรา, 24000

📖 บริการ
facebook.com

🌐 sothorn.mcu.ac.th

แผนที่

📍 วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

<https://maps.app.goo.gl/h2PwVzYQ46eB7Tyy5>



ปกคู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับเยาวชนจังหวัดฉะเชิงเทรา	คำนำ คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะ ด้านการสร้างสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตนเอง โดยมุ่งเน้นการ ออกแบบสื่อที่ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล รวมถึงการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด คู่มือฉบับนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป และเป็นสื่อการเรียนรู้ สำหรับเยาวชนที่สนใจด้านสื่อสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
	ผู้จัดทำ

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เรื่อง	สารบัญ	หน้า	เรื่อง	สารบัญ (ต่อ)	หน้า
บทที่ 1 บทนำ			บทที่ 6 กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ		
• ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		1	• การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์		64
• องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		2	• การถ่ายทอดวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว		66
• ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		5	• การตัดต่อวิดีโอและการผสมผสานกับโซเชียลมีเดีย		68
• ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		7	บทที่ 7 บทสรุปและแนวทางต่อยอด		
• สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม		18	• วิสัยทัศน์สู่ไปข้างหน้า		72
บทที่ 2 พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์			• การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์		74
• หลักการออกแบบสื่อ (Media Design Principles)		30	• บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว		76
• AIDA Model ในการออกแบบสื่อ		33	บรรณานุกรม		79
• การใช้ Storytelling ในการเล่าเรื่องแหล่งท่องเที่ยว		35			
บทที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์					
• โบรชัวร์ (Brochure)		37			
• แผ่นพับ (Leaflet)		40			
• การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card)		42			
• อินโฟกราฟิก (Infographic)		43			
บทที่ 4 การพัฒนาสื่อดิจิทัล					
• การถ่ายทอดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว		46			
• การใช้แอป CapCut ในการตัดต่อวิดีโอ		50			
• เทคนิคการโพสต์วิดีโอโซเชียลมีเดีย		52			
บทที่ 5 การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว					
• แนวทางการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว		55			
• การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล		59			

1	2
บทที่ 1 บทนำ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่นั้นๆ การท่องเที่ยวลักษณะนี้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม สร้างรายได้ให้ชุมชน และรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก 1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อสัมผัส เรียนรู้ และชื่นชมมรดกทางวัฒนธรรมของสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ประเพณี ศิลปะ สถาปัตยกรรม หรือ กิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (Richards, 2021)	องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2018) ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็น "รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปที่มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น อนุสรณ์สถาน โบราณสถาน ศิลปะ วิถีชีวิต และประเพณีของชุมชน"  วัดพระแก้ว ที่มา https://thailand.go.th/issue-focus-detail/002_006-2-2 2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Smith (2020) แบ่งองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) – แบ่งออกเป็น 1.1 มรดกที่จับต้องได้ (Tangible Heritage) เช่น วัด พระราชวัง โบราณสถาน

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3  พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน ที่มา https://www.thailandpostmart.com/news/82 1.2 มรดกที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) เช่น ดนตรีพื้นบ้าน ภาษา พิธีกรรม 2) กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities) – เช่น การ แสดงพื้นบ้าน เทศกาล งานหัตถกรรม  งานมัสการหลวงพ่อโสธร ที่มา https://www.dhammathai.org/day/watsothon2.php	4 3) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ (Local Lifestyle & Traditions) เช่น การท่องเที่ยวเชิงชุมชน  การท่องเที่ยวเชิงชุมชน ที่มา https://www.sanook.com/travel/1441711/ 4) การศึกษาและการมีส่วนร่วม (Educational & Participatory Experiences) เช่น เวิร์กช็อปทำอาหาร ไทย การสอนทำผ้าบาติก  การทำผ้าบาติก ที่มา https://chobmaisilk.com
---	--

5 3. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Richards (2021) แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงมรดก (Heritage Tourism) การเยี่ยมชม สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร  อุโบสถวัดโสธรวราราม วรวิหาร ที่มา https://chachoengsao.prd.go.th/ 2) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและหัตถกรรม (Arts & Crafts Tourism) เช่น การเข้าร่วมเวิร์กช็อปเครื่องปั้นดินเผา  การปั้นเครื่องปั้นดินเผา ที่มา https://library.wu.ac.th	6 3) การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและประเพณี (Festival & Events Tourism) เช่น งานแห่หลวงพ่อโสธร งาน ประเพณีแข่งเรือ  งานแห่หลวงพ่อโสธรทางน้ำ ที่มา https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_6737977 4) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) การเยี่ยมชม สถานที่ศักดิ์สิทธิ์  วัดร่องขุน ที่มา https://www.hopinnhotel.com
---	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

7

- 5) การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community-Based Tourism - CBT) การท่องเที่ยวที่ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น



การท่องเที่ยวเชิงชุมชน

ที่มา <https://travel.kapook.com>

4. ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเดินทางและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อ เศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม ของแต่ละประเทศ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2018) ระบุว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยช่วยสร้างโอกาส

8

ทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม และกระตุ้นการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม”

- 1) กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลให้ ชุมชนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยตรงจากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากฐาน (Smith, 2020)

1.1 การสร้างรายได้ให้กับชุมชน

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมมักใช้ จ่ายเงินในธุรกิจท้องถิ่น เช่น
 - ร้านอาหารพื้นเมือง



อาหารพื้นเมือง

ที่มา <https://www.wongnai.com/restaurants/>

9

- โฮมสเตย์และที่พักแบบดั้งเดิม
- ร้านค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก



งานฝีมือ

ที่มา <https://www.tnnthailand.com>

การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวช่วยสร้างงานและโอกาสทางอาชีพในภาคบริการ เช่น โกดังนำเที่ยว งานฝีมือ และการแสดงทางวัฒนธรรม

ตัวอย่าง

ตลาดน้ำและตลาดเก่า เช่น ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

10



ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี

ที่มา <https://creator.kapook.com/view276287.html>

1.2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน

เมื่อชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว รัฐบาลและองค์กรท้องถิ่นมีงบประมาณมากขึ้น ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น

- ถนนและระบบขนส่ง
- แหล่งน้ำและพลังงาน
- ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

11	12
(Pike, 2021) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เติบโตช่วยให้ชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และช่วยให้เศรษฐกิจหมุนเวียนภายในพื้นที่ 2) ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวสามารถช่วย ฟื้นฟูและรักษาสถานที่ทางวัฒนธรรม รวมถึงส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีบทบาทสำคัญ 2 ประการ 2.1 การรักษาสถานที่ทางวัฒนธรรม • นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม วัดเก่า โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ์ ช่วยสร้างรายได้ที่สามารถนำไปใช้ในการบำรุงรักษาสถานที่เหล่านี้ • การท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ดีสามารถช่วยลดผลกระทบด้านลบต่อมรดกทางวัฒนธรรม เช่น การเสื่อมโทรมของโบราณสถานจากการใช้งานที่ไม่เหมาะสม (Smith, 2020) ตัวอย่าง • วัดโสมนัสราชวรวิหาร ได้รับงบประมาณสำหรับการบูรณะจากทั้งภาครัฐและเงินบริจาคจากนักท่องเที่ยว	• การบูรณะเมืองเก่า เช่น อยุธยาและเชียงใหม่ เพื่อรักษาสถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม  วัดเจติยาคีรีวง ที่มา https://th.tripadvisor.com 2.2 การอนุรักษ์ภูมิปัญญาและประเพณีท้องถิ่น • การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุน งานฝีมือและศิลปะพื้นเมือง เช่น ◦ ผ้าทอพื้นเมือง ◦ งานหัตถกรรม เช่น เครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผา ◦ การแสดงทางวัฒนธรรม เช่น โขนและละครเวที

13	14
• การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจและเรียนรู้วัฒนธรรมของตนเอง  ผ้าย้อมครามสกล ที่มา http://article.culture.go.th (Buckley, 2012) ระบุว่า การสนับสนุนทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวช่วยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสืบทอดองค์ความรู้ไปสู่คนรุ่นหลังได้ 3. สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของคนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและสังคม	3.1 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน • นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง เกี่ยวกับประเพณี ศิลปะ และศาสนา • ชุมชนเจ้าบ้านมีโอกาสดำเนินการเรื่องราวด้านวัฒนธรรมของตนเอง ตัวอย่าง • กิจกรรม "โฮมสเตย์วัฒนธรรม" ที่ให้ชาวต่างชาติได้ใช้ชีวิตร่วมกับคนท้องถิ่น เช่น บ้านไร่กาสะลอง เชียงใหม่  ที่มา https://www.chamveeresortkhaoyai.com • การเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้ไทย เช่น มวยไทย ที่มีชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

15

3.2 การลดอคติและเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศ

- การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างช่วยลดอคติและทัศนคติด้านลบ
- การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมช่วยเสริมความร่วมมือระดับสากล เช่น **เทศกาลภาพยนตร์และศิลปะระดับโลก**

UNESCO (2019) ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยให้ผู้คนจากต่างภูมิหลังสามารถเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น และสามารถสร้าง "Soft Power" ที่ส่งเสริมชื่อเสียงของประเทศในเวทีโลก

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

1. **กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น** – สร้างรายได้ให้กับชุมชน สนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น และช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
2. **ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม** – ช่วยบำรุงรักษาโบราณสถาน และสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. **สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม** – ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และลดอคติทางเชื้อชาติและศาสนา

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนช่วยให้ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน และทำให้

16

วัฒนธรรมได้รับการสืบทอดและเผยแพร่ไปยังคนรุ่นต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม โดยมีตัวอย่างที่สำคัญ เช่น วัดพระแก้ว และพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของมรดกไทย



พระบรมมหาราชวัง

ที่มา <https://travel.kapook.com>

หรือเชิงใหม่และล้านานที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านงานหัตถกรรมและเทศกาล เช่น ยี่เป็ง

17



เทศกาลยี่เป็ง

ที่มา <https://www.touristpolice.go.th/en/event-details>

ตลาดน้ำ และตลาดร้อยปี เช่น ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่สะท้อนวัฒนธรรมการค้าริมน้ำ



ตลาดคลองสวนร้อยปี

ที่มา <https://paapail.com>

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และช่วยให้เกิดการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรม

18

ผ่านการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ กิจกรรมทางศิลปะ และการมีส่วนร่วมกับชุมชน

5. สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม (Creative Media for Cultural Promotion)

สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือสื่อดิจิทัลที่ช่วยถ่ายทอดคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประเพณี และอัตลักษณ์ของชุมชน การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัลจึงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสร้างความเข้าใจในระดับสากล

ความหมายของสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม

สื่อสร้างสรรค์ (Creative Media) หมายถึง กระบวนการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่ใช้เทคนิคด้านศิลปะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย (UNESCO, 2019)

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

19

สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการ อนุรักษ์และเผยแพร่ วัฒนธรรม ผ่านวิธีการที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอ ศิลปะดิจิทัล และเกมเชิงวัฒนธรรม



ที่มา <https://www.ryt9.com/s/prg/3293820>

ประเภทของสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ส่งเสริมวัฒนธรรม

Smith (2020) แบ่งสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม ออกเป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่

1. สื่อดิจิทัลและมัลติมีเดีย (Digital Media & Multimedia)
 - วิดีโอสารคดีเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
 - แอนิเมชันและ Motion Graphics อธิบาย ประเพณีท้องถิ่น

20

- ตัวอย่าง สารคดี "Heritage Thailand" บน YouTube



สารคดี 7 มรดกโลกของไทย

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=h0Lsrfj6htU>

2. สื่อสิ่งพิมพ์สร้างสรรค์ (Creative Print Media)

- ไปสเตอร์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ที่มีการออกแบบ ให้สวยงามและเข้าใจง่าย
- หนังสือและนิตยสารเชิงวัฒนธรรม
- ตัวอย่าง Thailand Cultural Map โดย กระทรวงวัฒนธรรม

21



ทามไลน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา <https://culturalmapthailand.info/timeline>

3. อินโฟกราฟิกและศิลปะดิจิทัล (Infographics & Digital Art)

- การใช้ภาพและกราฟิกเพื่ออธิบายเทศกาลและ ประเพณีสำคัญ



ประเพณีวันสงกรานต์

ที่มา <https://www.finearts.go.th/main/view>

22

- ตัวอย่าง อินโฟกราฟิก "เทศกาลสงกรานต์" ที่ แสดงประวัติและความหมาย

4. สื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเสมือนจริง (Interactive & VR/AR Media)

- การใช้ Virtual Reality (VR) หรือ Augmented Reality (AR) ในพิพิธภัณฑ์
- ตัวอย่าง "Google Arts & Culture" ที่ให้ผู้ใช้ สามารถชมโบราณสถานแบบ 360°



Google Arts & Culture

ที่มา <https://artsandculture.google.com>

5. เกมและแอปพลิเคชันเชิงวัฒนธรรม (Cultural Games & Applications)

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

23

- แอปที่ให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาและประเพณี
- ตัวอย่าง เกม "Thai Heritage Quest" ที่ผู้เล่นสำรวจสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม

ความสำคัญของสื่อสร้างสรรค์ต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม

การใช้สื่อสร้างสรรค์สามารถ กระตุ้นความสนใจของเยาวชนและนักท่องเที่ยว ให้เกิดความเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมได้ดีขึ้น (Richards, 2021)

- เข้าถึงง่ายและทันสมัย – ทำให้คนรุ่นใหม่สนใจวัฒนธรรมมากขึ้น
- กระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชน – ช่วยให้ชาวบ้านสามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมของตนเอง
- เสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) – ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้เติบโต

24

ตัวอย่างโครงการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมในประเทศไทย

โครงการ	รูปแบบสื่อ	เป้าหมาย
"เที่ยวไทยในมุมมองใหม่"	วิดีโอสารคดี	ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์
"AR Heritage Thailand"	AR แอปพลิเคชัน	ให้ความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานผ่านเทคโนโลยี AR
"Thai Festival Infographics"	อินโฟกราฟิก	อธิบายประเพณีไทยแบบเข้าใจง่าย
"Virtual Thai Museum"	VR & 360° Tour	ให้ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์จากทั่วประเทศแบบออนไลน์

สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการ **เผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรม** โดยใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่น่าสนใจ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งเยาวชน นักท่องเที่ยว และคนทั่วไป

25

การใช้ **วิดีโอ อินโฟกราฟิก เทคโนโลยี AR/VR และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ** สามารถช่วยให้วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เรียนรู้และสัมผัสได้ง่ายขึ้น และช่วยส่งเสริม **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของท้องถิ่น** ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำคัญของสื่อสร้างสรรค์ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญที่ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์และเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น สื่อสร้างสรรค์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นปลิว อินโฟกราฟิก และวิดีโอโปรโมท มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความตื่นตัวให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Smith, 2020; Richards, 2021)

1. ส่งเสริมอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยช่วยให้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น และสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น

26

2. ดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อ เช่น โบรชัวร์ อินโฟกราฟิก วิดีโอโปรโมท หรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ธุรกิจท้องถิ่น เช่น ร้านอาหาร โรงแรม และผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม

3. เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีคุณค่า

สื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ แต่ยังรวมถึงการได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านสื่อที่ออกแบบมาอย่างดี เช่น วิดีโอสารคดี แผนที่อินโฟกราฟิก หรือบทความออนไลน์

4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน

การผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยกระตุ้นให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเล่าเรื่องราว

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

27

ของท้องถิ่นผ่านมุมมองของพวกเขาเอง ซึ่งสามารถช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร การออกแบบ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ข้อมูล

5. สร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวมักจะได้รับความคิดเห็นมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีสื่อช่วยสนับสนุน โดยเฉพาะเมื่อมีการใช้ Storytelling (การเล่าเรื่อง) ที่น่าสนใจและดึงดูดใจ ทำให้สามารถสร้างจุดเด่นและความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

6. สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สื่อสร้างสรรค์สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เช่น การเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น การปฏิบัติตัวอย่างเหมาะสมเมื่อเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และการสนับสนุน

28

สินค้าท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ช่วยส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่สร้างประโยชน์ให้ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชน

สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อีกด้วย

เป้าหมายของการพัฒนาสื่อ

1. **เพิ่มความเข้าใจในหลักการออกแบบสื่อสร้างสรรค์** การเรียนรู้หลักการออกแบบสื่อช่วยให้เยาวชนสามารถสร้างสื่อที่มีคุณภาพ ดึงดูดความสนใจ และสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Landa, 2018)
2. **ฝึกทักษะการผลิตสื่อทั้งประเภทสิ่งพิมพ์และดิจิทัล** เยาวชนจะได้ฝึกฝนการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Adobe

29

Illustrator, Canva และ CapCut เพื่อผลิตสื่อ

ประชาสัมพันธ์ที่สวยงามและมีประสิทธิภาพ (Kotler & Keller, 2016)

3. สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้ไปพร้อมแหล่ง

ท่องเที่ยวของฉะเชิงเทรา สื่อที่ผลิตขึ้นสามารถช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Richards, 2021)

4. ส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ของชุมชน การเปิดโอกาสให้เยาวชนมีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่สื่อ จะช่วยให้พวกเขาเรียนรู้คุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (UNESCO, 2019)

30

บทที่ 2 พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญเพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งต้องใช้หลักการออกแบบที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจในการเดินทางไปยังชมสถานที่จริง

1. หลักการออกแบบสื่อ (Media Design Principles)

หลักการออกแบบสื่อมีความสำคัญต่อการสร้างสื่อที่มีคุณภาพและสื่อความหมายได้ชัดเจน โดยอิงตามแนวคิดของ Landa (2018) ซึ่งเน้นหลักการสำคัญดังนี้

1.1 ความชัดเจน (Clarity)

สื่อที่ดีต้องสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย และช่วยให้ผู้รับสารสามารถรับรู้เนื้อหาภายในเวลาอันสั้น โดยมีปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความชัดเจน ได้แก่

- การใช้ภาษาที่กระชับและตรงประเด็น
- การจัดลำดับข้อมูลให้เป็นระบบ

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

31

- การเลือกใช้ภาพและกราฟิกที่เสริมความเข้าใจ

1.2 ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลเป็นหลักการของการออกแบบที่ช่วยให้สื่อดูน่าสนใจและสบายตา โดยมีรูปแบบหลักของความสมดุลในการออกแบบ ได้แก่

- สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) การวางองค์ประกอบทั้งสองฝั่งให้เท่ากัน



ที่มา <https://www.camerartmagazine.com>

- สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) การวางองค์ประกอบที่ไม่เท่ากันแต่ดูสมดุล

32



ที่มา <https://www.pinterest.com>

1.3 การใช้สี (Color Theory)

สีมีผลต่อความรู้สึกและการรับรู้ของผู้ชม ดังนั้น การเลือกใช้สีในการออกแบบสื่อควรมุ่งถึง

- สีหลัก (Primary Colors) ที่สร้างอัตลักษณ์ของสถานที่
- จิตวิทยาของสี (Psychology of Colors) ซึ่งมีผลต่ออารมณ์ของผู้ชม เช่น



- สีแดงให้ความรู้สึกตื่นเต้น
- สีฟ้าให้ความรู้สึกสงบ

33

- สีเขียวสะท้อนถึงธรรมชาติ

1.4 การเลือกใช้ตัวอักษร (Typography)

Typography มีบทบาทสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของสื่อ โดยควรเลือกฟอนต์ที่

- อ่านง่ายและสบายตา
- เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น ฟอนต์แบบทางการสำหรับข้อมูลเชิงวิชาการ หรือฟอนต์ที่มีความสนุกสนานสำหรับสื่อท่องเที่ยว

2. AIDA Model ในการออกแบบสื่อ



โมเดล AIDA

ที่มา <https://lineshoppingseller.com>

34

โมเดล AIDA (Kotler & Keller, 2016) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการตลาดและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

2.1 Attention (ดึงดูดความสนใจ)

การใช้ องค์ประกอบที่โดดเด่น เพื่อดึงดูดสายตา เช่น

- ภาพถ่ายที่มีสีสันสดใส
- ข้อความหรือสโลแกนที่สะดุดตา
- การใช้เทคนิคภาพเคลื่อนไหวในวิดีโอ

2.2 Interest (สร้างความสนใจ)

เมื่อผู้อ่านได้ชมได้แล้ว ต้องสร้างความสนใจต่อเนื้อหา โดยใช้

- เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- การนำเสนอข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่มีประโยชน์

2.3 Desire (กระตุ้นความต้องการ)

การกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากสัมผัสประสบการณ์จริง เช่น

- การสร้างเนื้อหาแบบ Storytelling ที่เชื่อมโยงกับอารมณ์ของผู้ชม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

35 - การใช้ User-generated Content (UGC) หรือวีรียจากนักท่องเที่ยวจริง 2.4 Action (กระตุ้นการกระทำ) เมื่อกระตุ้นความต้องการได้แล้ว ต้องมี Call-to-Action (CTA) เพื่อให้ผู้ชมลงมือทำ เช่น - ปุ่ม “จองตอนนี้” บนเว็บไซต์ - QR Code สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม - คำเชิญชวนให้แชร์โพสต์หรือแสดงความคิดเห็น 3. การใช้ Storytelling ในการเล่าเรื่องแหล่งท่องเที่ยว Storytelling เป็นเทคนิคสำคัญที่ช่วยให้การเล่าเรื่องมีพลัง และสามารถดึงดูดผู้ชมได้ โดยอ้างอิงจากแนวคิดของ Jenkins (2019) ซึ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับผู้ชม โดยมีเทคนิคสำคัญ ได้แก่ 3.1 การใช้ภาพและวิดีโอในการเล่าเรื่อง - ภาพถ่ายที่มีมุมมองสร้างสรรค์และสะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่	36 - วิดีโอที่มีองค์ประกอบของดนตรีและเสียงบรรยายเพื่อเพิ่มอารมณ์ร่วม 3.2 เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Documentary และ Vlog Documentary (สารคดี) นำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความเชื่อของสถานที่ Vlog (วิดีโอบล็อก) การบอกเล่าเรื่องราวผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งให้ความรู้สึกเป็นกันเองและเข้าถึงง่าย 3.3 การสร้างเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ชม - การใช้ Narrative Arc (โครงสร้างเรื่องราว) เช่น จุดเริ่มต้น – พัฒนาเรื่อง – จุดพีค – ข้อสรุป - การใช้ Personal Experience หรือเรื่องราวของบุคคลจริงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องอาศัยหลักการออกแบบที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับ ความสมดุล สี และตัวอักษร รวมถึงการใช้ AIDA Model เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม และสุดท้ายคือ Storytelling ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่จริง
---	--

37 บทที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media Design) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้กระดาษเป็นสื่อกลางเพื่อถ่ายทอดข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงมีความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถจับต้องได้ง่าย พกพาสะดวก และสร้างความประทับใจแรกเริ่มให้กับผู้ชม โดยทั่วไป การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น โบรชัวร์ (Brochure), แผ่นพับ (Leaflet), การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card), และอินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งแต่ละประเภทมีรูปแบบและวิธีการออกแบบที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการทำงาน 1. โบรชัวร์ (Brochure) 1.1 ความหมายและวัตถุประสงค์ โบรชัวร์เป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ที่มีหลายหน้า โดยมักพิมพ์บนกระดาษคุณภาพสูง มีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ	38 สินค้า บริการ หรือสถานที่ท่องเที่ยวให้กับกลุ่มเป้าหมาย (Ambrose & Harris, 2011) โบรชัวร์เหมาะสำหรับ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น วัด โบราณสถาน หรือสถานที่สำคัญ โบรชัวร์เส้นทางท่องเที่ยว ที่มา https://thapma.go.th การแนะนำกิจกรรมและบริการ เช่น ทัวร์นำเที่ยว เทศกาลประจำปี หรือร้านอาหารท้องถิ่น
---	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

39

- การให้ข้อมูลรายละเอียด เช่น ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น
- 1.2 องค์ประกอบสำคัญของโบรชัวร์
 - หน้าปก (Cover Page) ควรมีภาพที่สวยงาม สะดุดตา และชื่อเรื่องที่กระชับ
 - เนื้อหา (Content) ควรจัดลำดับเนื้อหาให้อ่านง่าย มีภาพประกอบที่ช่วยเสริมความเข้าใจ
 - ข้อมูลติดต่อ (Contact Information) เช่น เว็บไซต์ เบอร์โทรศัพท์ หรือ QR Code เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม

1.3 หลักการออกแบบโบรชัวร์ที่ดี

- ใช้ Grid Layout เพื่อให้การจัดวางองค์ประกอบเป็นระเบียบ (Samara, 2017)
- ใช้ Contrast และ White Space เพื่อให้การออกแบบดูชัดเจน อ่านง่าย
- เลือก ฟอนต์ที่อ่านง่าย และใช้สีที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่

40

2. แผ่นพับ (Leaflet/Flyer)

2.1 ความหมายและวัตถุประสงค์

แผ่นพับเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่พิมพ์ลงบนกระดาษแผ่นเดียวและสามารถพับเก็บได้ โดยมีจุดเด่นคือ กระชับ เข้าใจง่าย และเหมาะสำหรับการแจกจ่ายในงานอีเวนต์หรือแหล่งท่องเที่ยว (Lupton, 2015)

แผ่นพับเหมาะสำหรับ

- ให้ข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในรูปแบบที่พกพาสะดวก
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษ เช่น งานเทศกาลหรือโปรโมชั่นของร้านค้า



แผ่นพับวัดพระบรมมหาราชวัง

ที่มา <https://anyflip.com/qiru/ostx>

41

2.2 รูปแบบแผ่นพับที่นิยมใช้

- Trifold (พับสามตอน) นิยมใช้มากที่สุดเพราะพกพาง่าย
- Z-Fold คล้ายพับซิกแซก ใช้สำหรับเนื้อหาที่ต้องการลำดับการอ่านที่ชัดเจน
- Gate Fold มีการพับเปิดออกเหมือนประตู ใช้เมื่อเนื้อหาต้องการสร้างความประหลาดใจ



แผ่นพับพระบรมมหาราชวัง

ที่มา <https://th.tripadvisor.com>

2.3 หลักการออกแบบแผ่นพับที่มีประสิทธิภาพ

- ข้อมูลต้องกระชับ ใช้ Bullet Points หรือ Infographic เพื่อลดเนื้อหาที่เป็นข้อความยาวเกินไป

42

- ใช้ภาพที่ดึงดูดความสนใจ และสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่
- ควรมี Call-to-Action (CTA) เช่น "เยี่ยมชมเว็บไซต์ของเรา" หรือ "สแกน QR Code เพื่อดูแผนที่"

3. การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card)

3.1 ความหมายและวัตถุประสงค์

การ์ดประชาสัมพันธ์เป็นสื่อขนาดเล็กที่มีข้อมูลสั้น ๆ เหมาะสำหรับการแจกจ่ายเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจและติดต่อกลับมาในภายหลัง (Wheeler, 2017)



รูปพระแม่ลักษมี

ที่มา <https://www.web-pra.com>

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

43	44
การประชาสัมพันธ์เหมาะสำหรับ - ใช้เป็นของที่ระลึก จากแหล่งท่องเที่ยว - เชิญชวนให้ติดตามข้อมูลเพิ่มเติม เช่น Social Media หรือเว็บไซต์ 3.2 หลักการออกแบบการประชาสัมพันธ์ - ขนาดที่นิยมคือ 4x6 นิ้ว หรือ 5x7 นิ้ว - ควรมี QR Code หรือ Link ไปยังแหล่งข้อมูลดิจิทัล - ใช้ สีและฟอนต์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่หรือองค์กร 4. อินโฟกราฟิก (Infographic) 4.1 ความหมายและวัตถุประสงค์ อินโฟกราฟิกเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ ภาพและสัญลักษณ์ เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว (Knaflic, 2015) อินโฟกราฟิกเหมาะสำหรับ - อธิบายเส้นทางท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเดินชมวัด หรือแผนที่ตลาดเก่า	- สรุปข้อมูลที่สำคัญ เช่น ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือเทศกาลสำคัญ  Infographic แผนที่ทางลัด ที่มา https://www.facebook.com/VitaminDelivery 4.2 ประเภทของอินโฟกราฟิกที่นิยมใช้ - Timeline Infographic แสดงพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ - Statistical Infographic แสดงสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว - How-to Infographic สอนวิธีเดินทางหรือวิธีเข้าร่วมกิจกรรม

45	46
4.3 หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกที่ดี - ใช้ ไอคอนและภาพประกอบแทนข้อความ เพื่อลดความซับซ้อน - ใช้สีที่ดึงดูดสายตา แต่ไม่ควรใช้เกิน 3-5 สี เพื่อให้ดูเป็นมืออาชีพ - ข้อมูลต้องเป็น Fact-based และอ้างอิงได้ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงประเภทของสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ได้แก่ - โบรชัวร์ เหมาะสำหรับให้ข้อมูลเชิงลึก - แผ่นพับ เน้นความกระชับ พกพาสะดวก - การประชาสัมพันธ์ ช่วยกระตุ้นความสนใจในระยะสั้น - อินโฟกราฟิก ทำให้ข้อมูลซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น การใช้หลักการออกแบบที่เหมาะสม เช่น Grid Layout, Color Theory, Typography, Visual Hierarchy และ Call-to-Action จะช่วยให้สื่อสิ่งพิมพ์มีประสิทธิภาพและดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น (Samara, 2017; Wheeler, 2017)	บทที่ 4 การพัฒนาสื่อดิจิทัล การพัฒนาสื่อดิจิทัล (Digital Media Development) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสื่อสารข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคที่โซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว การใช้ดีโอเป็นสื่อหลักช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและสร้างความน่าสนใจมากขึ้น (Hollebeek & Macky, 2019) เนื้อหาของบทนี้จะมุ่งเน้นไปที่ การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว, การตัดต่อวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน CapCut และเทคนิคการโพสต์ลงโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1. การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วิดีโอเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการสร้างความรู้สึกลงสู่ใจให้เกิดการเดินทาง โดยการถ่ายวิดีโอที่ดีต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

47

1.1 ประเภทของวิดีโอที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว

1. Vlog ท่องเที่ยว (Travel Vlog) การบอกเล่าประสบการณ์ผ่านมุมมองของผู้เดินทาง เช่น วีวสถานหรือบรรยากาศการเดินทาง



วีวเกาะช้าง

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=ss-rD0z02GE>

2. Documentary (สารคดีสั้น) เน้นการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความเชื่อของสถานที่



ย้อนอดีตเมืองสยาม

ที่มา <https://www.youtube.com>

48

3. Highlight Video การตัดต่อวิดีโอสั้น ๆ ที่รวมไฮไลต์สำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว

1.2 หลักการถ่ายวิดีโอที่มีประสิทธิภาพ

การถ่ายวิดีโอที่ดีควรมี องค์ประกอบทางภาพและเสียง ที่ช่วยให้เนื้อหาน่าสนใจ ได้แก่

- องค์ประกอบภาพ (Visual Composition)
 - ใช้ Rule of Thirds เพื่อจัดองค์ประกอบภาพให้สมดุล (Brown, 2016)



กฎภาพสามส่วน

ที่มา <https://www.facebook.com>

- ถ่ายในช่วงเวลา Golden Hour (เช้าและเย็น) เพื่อให้แสงสวยงาม

49



Golden hour

ที่มา <https://en.wikipedia.org/wiki>

- ใช้ Gimbal หรือ Stabilizer เพื่อลดการสั่นไหวของภาพ
- ใช้มุมมองที่หลากหลาย เช่น Wide Shot (มุมกว้าง), Close-up (ใกล้สัฟ), Aerial Shot (โดรน)



ภาพมุมกว้าง

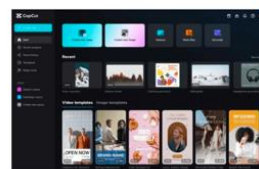
ที่มา <https://www.studiobinder.com/blog>

50

- เสียงและดนตรี (Audio & Music)
 - ใช้ ไมโครโฟนคุณภาพดี เพื่อลดเสียงรบกวน
 - ใส่ดนตรีประกอบเพื่อเพิ่มอารมณ์ของวิดีโอ
 - ใช้เสียงบรรยายเพื่อช่วยเล่าเรื่อง

2. การใช้แอป CapCut ในการตัดต่อวิดีโอ

CapCut เป็นแอปพลิเคชันตัดต่อวิดีโอที่ใช้งานง่ายและเหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น มีฟีเจอร์หลากหลายที่ช่วยให้วิดีโอมีความน่าสนใจและดูเป็นมืออาชีพ (Sharma, 2022)



CapCut

ที่มา <https://www.capcut.com>

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

51

2.1 คุณสมบัติหลักของ CapCut

- **ตัดต่อวิดีโอ (Video Editing)** สามารถตัดและรวมคลิปได้ง่าย
- **เอฟเฟกต์และฟิลเตอร์ (Effects & Filters)** มีฟิลเตอร์สีที่ช่วยปรับโทนภาพให้สวยงาม
- **เพิ่มข้อความและสติ๊กเกอร์ (Text & Stickers)** ใส่ซับไตเติลหรือคำบรรยายเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น
- **เสียงและดนตรี (Audio & Music)** เพิ่มเสียงประกอบหรือใช้เพลงจากคลังของแอป
- **การปรับความเร็ว (Speed Control)** สามารถเร่งหรือชะลอความเร็วของวิดีโอ



ตัดต่อวิดีโอ CapCut

ที่มา <https://www.capcut.com/>

52

2.2 เทคนิคการใช้ CapCut ตัดต่อวิดีโอท่องเที่ยว

1. เลือกเพลงประกอบที่เข้ากับบรรยากาศของสถานที่
2. ใช้เทคนิค Jump Cut และ Slow Motion เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ
3. เพิ่ม Text Overlay หรือคำบรรยายสั้น ๆ เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม
4. ใช้เอฟเฟกต์เปลี่ยน (Transitions) ที่เหมาะสม ไม่ควรใช้เยอะเกินไป

3. เทคนิคการโพสต์วิดีโอลงโซเชียลมีเดีย

การเผยแพร่วิดีโอที่มิใช่แค่การตัดต่อให้สวยงาม แต่ต้องรู้จัก วิถีโปรโมต เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3.1 การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม

- Facebook & Instagram เหมาะสำหรับวิดีโอสั้น (Reels) และวิดีโอแนวอนแบบ Full HD
- TikTok เหมาะสำหรับวิดีโอแนวตั้งที่กระชับและมีเนื้อหาที่สร้าง Engagement สูง

53

- YouTube เหมาะสำหรับวิดีโอยาวที่มีเนื้อหาเชิงลึก

3.2 เทคนิคเพิ่มการเข้าถึง (Engagement & Reach)

1. **ใช้แฮชแท็ก (Hashtags)** เช่น #เที่ยวไทย #AmazingThailand #TravelVlog เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
2. **เขียนแคปชั่นที่ดึงดูด (Captions)** ควรสั้น กระชับ และกระตุ้นให้มีปฏิสัมพันธ์ เช่น "ใครเคยมาเที่ยวที่นี่บ้าง? คอมเมนต์บอกกันหน่อย!"
3. **ใช้ Call-to-Action (CTA)** เช่น "กดแชร์ถ้าคุณอยากมาเที่ยวที่นี่!"
4. **โพสต์ในเวลาที่เหมาะสม** ควรโพสต์ในช่วงที่คนใช้โซเชียลมีเดียมาก เช่น 19.00 - 21.00 น.



ช่องมีน้ำกับชาจร

ที่มา https://www.tiktok.com/@peebeh_kajohn

54

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีการประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่

1. **การถ่ายวิดีโอ** โดยคำนึงถึงองค์ประกอบภาพ แสง และเสียงเพื่อให้วิดีโอน่าสนใจ
2. **การตัดต่อด้วยแอป CapCut** ซึ่งช่วยให้วิดีโอมีความน่าสนใจมากขึ้นผ่านฟิลเตอร์ต่าง ๆ
3. **เทคนิคการโพสต์ลงโซเชียลมีเดีย** เพื่อให้วิดีโอเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นและสร้าง Engagement

โดยการนำหลักการเหล่านี้มาใช้ จะช่วยให้การผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hollebeek & Macky, 2019; Brown, 2016; Sharma, 2022)

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

55

บทที่ 5 การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ โซเชียลมีเดีย (Social Media) กลายเป็นช่องทางหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทาง

การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลักสองประการ ได้แก่

1. แนวทางการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล

แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางจริง (Kotler et al., 2021)

1. แนวทางการใช้ social media เพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว

โซเชียลมีเดียเป็นแพลตฟอร์มหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ในการหาข้อมูล, แบ่งปันประสบการณ์ และตัดสินใจเลือกสถานที่

56

ท่องเที่ยว การใช้ Social Media อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำตลาดดิจิทัล

1.1 การเลือกแพลตฟอร์มให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย (Chaffey, 2020)

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่นิยมใช้ในการทำตลาดท่องเที่ยว ได้แก่

แพลตฟอร์ม	ลักษณะเด่น	เหมาะสำหรับ
Facebook	มีฐานผู้ใช้กว้าง สามารถโพสต์ทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ	การทำแคมเปญโฆษณาและแชร์เรื่องราวยาว ๆ
Instagram	เน้นภาพถ่ายและวิดีโอสั้น มีฟีเจอร์ Reels และ Stories	การโปรโมตสถานที่ท่องเที่ยวผ่านภาพและวิดีโอสั้น
TikTok	วิดีโอสั้นที่มีไวรัลสูง เน้นกับเนื้อหาที่สร้างสรรค์และสนุกสนาน	การโปรโมตด้วยวิดีโอไวรัลสั้น ๆ

57

แพลตฟอร์ม	ลักษณะเด่น	เหมาะสำหรับ
YouTube	วิดีโอคอนเทนต์แบบยาวที่ให้ข้อมูลเชิงลึก	สารคดี, รีวิวท่องเที่ยว, และวิดีโอบล็อก (Vlog)
Twitter/X	แชร์ข่าวสารหรืออัปเดตได้แบบเรียลไทม์	ข่าวสารการท่องเที่ยว, เทรนด์, และกิจกรรมพิเศษ

1.2 การสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว

การทำตลาดท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดียจำเป็นต้องสร้างคอนเทนต์ (Content) ที่น่าสนใจและกระตุ้นให้เกิด Engagement โดยประเภทของคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่

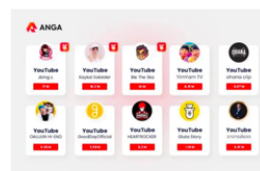
1. รูปภาพและวิดีโอคุณภาพสูง – ใช้ภาพที่สะท้อนความสวยงามและบรรยากาศของสถานที่
2. Storytelling – การเล่าเรื่องราวของสถานที่ เช่น ประวัติศาสตร์, วัฒนธรรม, อาหาร

58

3. User-Generated Content (UGC) – กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวแชร์ประสบการณ์ผ่าน Hashtag เช่น #AmazingThailand
4. Live Streaming – การถ่ายทอดสดเพื่อสร้างประสบการณ์แบบเรียลไทม์ (Pike, 2021)

1.3 การใช้ Influencer และ Micro-Influencer

การใช้ Influencer Marketing เป็นกลยุทธ์สำคัญในการโปรโมตการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักเชื่อถือรีวิวจากผู้ที่มีประสบการณ์จริงมากกว่าโฆษณาแบบเดิม ๆ (Freberg et al., 2011)



YouTubers ไทยที่ครองใจผู้ชม

ที่มา <https://anga.co.th/marketing/youtuber-2025/>

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

59

- Macro-Influencers (100K+ Followers) เหมาะสำหรับการโปรโมตระดับประเทศ
- Micro-Influencers (10K - 100K Followers) มี Engagement สูงกว่า และมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง
- Nano-Influencers (1K - 10K Followers) เน้นความเป็นกันเองและความน่าเชื่อถือ (Glucksman, 2017)

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล

นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลมีพฤติกรรมที่แตกต่างจาก

นักท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม เนื่องจากพวกเขาใช้เทคโนโลยีและโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือหลักในการวางแผนและตัดสินใจเดินทาง

2.1 พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวยุคใหม่มักค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัล (Zeng & Gerritsen, 2014) เช่น

- Google Search ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว, รีวิว, และเส้นทาง

60

- Social media รูปภาพ, วิดีโอ, และความคิดเห็นของผู้ใช้จริง
- TripAdvisor, Agoda, Booking.com ค้นหาที่พักและอ่านรีวิว



เว็บไซต์ อโกด้า

ที่มา <https://www.agoda.com>

2.2 การใช้โซเชียลมีเดียระหว่างการเดินทาง

นักท่องเที่ยวมักแชร์ประสบการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย (Chen et al., 2014) เช่น

- ถ่ายภาพ/วิดีโอ และโพสต์ลง Instagram หรือ TikTok
- เช็กอินสถานที่บน Facebook หรือ Google Maps
- รีวิวสถานที่บน TripAdvisor หรือ Pantip

61

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง (Chaffey, 2020) ได้แก่

- คอนเทนต์จากโซเชียลมีเดีย 70% ของนักท่องเที่ยวกล่าวว่าเห็นโพสต์จากเพื่อนหรือ Influencer มีผลต่อการเลือกเดินทาง (Statista, 2022)
- รีวิวและคะแนนรีวิว (Ratings & Reviews) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อ่านรีวิวก่อนตัดสินใจจองที่พักหรือร้านอาหาร
- โปรโมชันและดีลพิเศษ เช่น ส่วนลดพิเศษ หรือแพ็คเกจท่องเที่ยว (Chaffey, 2020)

การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากในยุคที่นักท่องเที่ยวพึ่งพาโซเชียลมีเดียและเทคโนโลยีในการวางแผนเดินทาง การใช้ Social Media อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยต้องคำนึงถึง

1. การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมาย
2. การสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอ และเรื่องราวของสถานที่

62

3. การใช้ Influencer Marketing เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

4. การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด

เมื่อใช้กลยุทธ์เหล่านี้ร่วมกัน จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมสถานที่จริงได้มากขึ้น (Kotler et al., 2021; Pike, 2021)

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

63

บทที่ 6 กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshops) สำหรับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

กิจกรรมเชิงปฏิบัติการเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ โดยช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถฝึกทักษะจริงในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การผลิตวิดีโอ และการเผยแพร่เนื้อหาผ่านโซเชียลมีเดีย

หลักสูตรนี้ออกแบบเป็นระยะเวลา 3 วัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับทักษะเชิงลึกผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ตามแนวทางการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) ของ Kolb (1984) ซึ่งจะระบุว่า

“การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นจากการลงมือทำและสะท้อนผลการปฏิบัติ”

64

วันแรก การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

1.1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ช่วงเช้า การอบรมและฝึกออกแบบ โบรชัวร์, แผ่นพับ, อินโฟกราฟิก โดยใช้ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้

- Canva – ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น



Canva

ที่มา <https://www.canva.com/>

65

หัวข้อที่สอน

- การใช้หลักการออกแบบ (Design Principles) เช่น ความสมดุล (Balance), การใช้สี (Color Theory), และ Typography (Lupton, 2015)
- เทคนิคการใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบเพื่อสร้างสื่อที่สวยงามและให้ข้อมูลครบถ้วน

Workshop ออกแบบโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องมี

- ภาพสถานที่ หรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอ
- คำอธิบายสถานที่
- ข้อมูลติดต่อ

66

วันที่สอง การถ่ายทำวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว

2.1 การถ่ายทำวิดีโอเชิงสร้างสรรค์

ช่วงเช้า การเรียนรู้เทคนิคการถ่ายวิดีโอโดยใช้ สมาร์ทโฟน และกล้อง DSLR



กล้อง DSLR

ที่มา <https://th.canon/th/consumer>

หัวข้อที่สอน

- องค์ประกอบภาพ (Composition) Rule of Thirds, Leading Lines, Symmetry (Brown, 2016)
การใช้แสงธรรมชาติและ Golden Hour เพื่อให้ภาพมีคุณภาพสูง

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

67 • การใช้ Gimbal หรือ Stabilizer ลดการสั่นไหว • เทคนิคการถ่าย Vlog & Documentary Workshop • แบ่งกลุ่มถ่ายวิดีโอแนะนำแหล่งท่องเที่ยว (30-60 วินาที) ถ่าย • สัมภาษณ์คนในพื้นที่ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ • ใช้มุมกล้องหลากหลาย (Wide Shot, Close-up, Aerial Shot)	68 วันที่สาม การเผยแพร่สื่อและวิเคราะห์ผล 3.1 การตัดต่อวิดีโอด้วย CapCut ช่วงเช้า ฝึกตัดต่อวิดีโอโดยใช้ CapCut หรือ Adobe Premiere Pro หัวข้อที่สอน • การตัดต่อพื้นฐาน Trim, Cut, Add Transitions • การเพิ่มตัวหนังสือและซับไตเติลเพื่อความเข้าใจ (Sharma, 2022) • การเลือกเพลงและใส่ Sound Effects • เทคนิคการใช้เอฟเฟกต์ให้เหมาะสม Workshop ตัดต่อวิดีโอที่ถ่ายเมื่อวาน (ความยาว 1-3 นาที) พร้อมใส่ • โลโก้และชื่อสถานที่ • คำบรรยายสั้น ๆ • ดนตรีประกอบ
69 3.2 การเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย ช่วงบ่าย วิเคราะห์ช่องทางการเผยแพร่สื่อ โดย ทดลองโพสต์วิดีโอจริง บนแพลตฟอร์ม Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube หัวข้อที่สอน • การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Chaffey, 2020) • เทคนิคการเขียน แคปชั่น (Captions) ที่ดึงดูดใจ • การใช้แฮชแท็กเพื่อเพิ่มการเข้าถึง เช่น #เที่ยวไทย #TravelVlog • การตั้งเวลาโพสต์ที่เหมาะสม (Best Posting Time) Workshop แต่ละกลุ่มโพสต์วิดีโอและติดตามผล • จำนวนวิว • คอมเมนต์และ Engagement • การแชร์และความสนใจของผู้ชม	70 3.3 การวิเคราะห์ผลและสรุปบทเรียน ช่วงท้ายของกิจกรรม นำเสนอวิดีโอและรับ Feedback จากผู้สอนและเพื่อนร่วมกลุ่ม หัวข้อที่สอน • การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของโพสต์ ผ่าน Social Media Analytics เช่น Facebook Insights, Instagram Analytics • เทคนิคการปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย Workshop • สรุปบทเรียนและแนวทางปรับปรุง

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

71

สรุปผลของหลักสูตรระยะสั้น 3 วัน

หลักสูตรนี้ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่

- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ – สร้างสื่อที่สวยงามและให้ข้อมูลครบถ้วน
- การถ่ายทำวิดีโอ – ใช้เทคนิคการถ่ายภาพและเสียงที่เหมาะสม
- การตัดต่อวิดีโอ – ตัดต่อวิดีโอให้ดึงดูดและกระชับ
- การเผยแพร่เนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย – ทำให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง ตามแนวคิดของ Kolb (1984) ช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง ได้ทันที

72

บทที่ 7 บทสรุปและแนวทางต่อยอด

การเรียนรู้และฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดหลักสูตรนี้ไม่ได้สิ้นสุดลงเพียงแค่งานผลิตผลงานในห้องเรียน แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ วิชาชีพ และการพัฒนาสังคม

บทนี้จะกล่าวถึงแนวทางในการ นำความรู้ไปใช้จริง, การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์ และบทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

1. วิสัยทัศน์ความรู้ไปใช้จริง

1.1 การใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไป พัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในท้องถิ่นได้จริงผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น

- ออกแบบโบรชัวร์และแผ่นพับ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร, ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี, และวัดสมณรัตนาราม

73

- ผลิตวิดีโอโปรโมตแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอที่เรียนรู้มา เช่น การถ่าย Vlog, สารคดีสั้น หรือคลิป TikTok
- เผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube

Chaffey, (2020) อธิบายว่า "Social Media Marketing"

เป็นเครื่องมือที่มีพลังในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากได้โดยมีต้นทุนต่ำ

1.2 การใช้ทักษะเพื่อพัฒนาโครงการของชุมชน

- นักเรียนและเยาวชนสามารถใช้ความรู้ในการ สร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับงานเทศกาลท้องถิ่น เช่น งานนมัสการหลวงพ่อโสธร หรืองานประเพณีแข่งเรือ
- สามารถทำ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้วิดีโอและอินโฟกราฟิกเพื่อเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัด

74

Pike, (2021) อธิบายว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับสถานที่และมีความประทับใจที่ยั่งยืน

2. การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์

2.1 อาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อสร้างสรรค์

การเรียนรู้เกี่ยวกับกรออกแบบสื่อดิจิทัลและสิ่งพิมพ์สามารถนำไปสู่การประกอบอาชีพได้หลายรูปแบบ เช่น

สาขาอาชีพ	รายละเอียด
นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer)	ออกแบบสื่อโฆษณา แผ่นพับ อินโฟกราฟิก
นักตัดต่อวิดีโอ (Video Editor)	ผลิตและตัดต่อวิดีโอสำหรับ การท่องเที่ยวและโฆษณา
ครีเอเตอร์คอนเทนต์ (Content Creator)	ผลิตเนื้อหาสำหรับโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, YouTube

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

75

สาขาอาชีพ	รายละเอียด
นักการตลาดดิจิทัล (Digital Marketer)	วางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาดออนไลน์
นักถ่ายภาพและวิดีโอท่องเที่ยว (Travel Photographer & Videographer)	ถ่ายภาพและวิดีโอสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว

2.2 แนวทางการสร้างรายได้จากสื่อดิจิทัล

- Freelance & Online Work นักออกแบบและนักตัดต่อวิดีโอสามารถรับงานผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Fiverr, Upwork, หรือ Fastwork
- YouTube & TikTok Monetization การสร้างช่องที่มีผู้ติดตามสามารถสร้างรายได้ผ่าน โฆษณา, Sponsorship และ Affiliate Marketing
- ขายสื่อดิจิทัล เช่น การขาย Template กราฟิก, Stock Footage หรือภาพถ่ายบนเว็บไซต์ เช่น Shutterstock หรือ Adobe Stock

76

Wheeler (2017) ระบุว่าควรมี "Digital Portfolio" หรือแฟ้มสะสมผลงานออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างโอกาสทางอาชีพ

3. บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

3.1 เยาวชนเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น เยาวชนสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น

- โครงการ "นักเล่าเรื่องฉะเชิงเทรา" ที่ให้นักเรียนและนักศึกษาผลิตวิดีโอสารคดีเกี่ยวกับวัด ตลาดเก่า และวิถีชีวิตชาวบ้าน
- การจัดทัวร์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยให้เยาวชนเป็นไกด์นำเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย

(UNWTO, 2020) รายงานว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความยั่งยืนและสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม

77

3.2 การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

- การใช้แคมเปญออนไลน์ เช่น "เที่ยวฉะเชิงเทรา 1 วันไปไหนดี"
- การสร้าง Community บน Facebook หรือ TikTok เพื่อแชร์ภาพและประสบการณ์

3.3 การอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เยาวชนสามารถเป็นผู้ริเริ่มแนวคิด "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" เช่น

- ส่งเสริม "Zero Waste Tourism" หรือการท่องเที่ยวแบบไร้ขยะ
- ผลักดันการใช้ เทคโนโลยีสีเขียว ในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น E-Ticketing และ Digital Guidebook

Buckley (2012) อธิบายว่าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนและเยาวชนในการสร้างสรรค์โครงการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

78

บทสรุปและแนวทางต่อยอดของหลักสูตรนี้เน้นไปที่

1. การนำความรู้ไปใช้จริง เช่น การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล
 2. การต่อยอดเป็นอาชีพ เช่น นักออกแบบกราฟิก, ครีเอเตอร์คอนเทนต์, นักตัดต่อวิดีโอ และนักการตลาดดิจิทัล
 3. บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การเป็นนักเล่าเรื่องท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้อยั่งยืน
- แนวคิดเหล่านี้สามารถช่วยให้การพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยให้เยาวชนสามารถสร้างผลกระทบที่เป็นรูปธรรมในการส่งเสริมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

79

บรรณานุกรม (References)

- Brown, B. (2016). Cinematography Theory and Practice.
- Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism Principles and Practice.
- Chaffey, D. (2020). Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice.
- Jenkins, H. (2019). Storytelling and Media Communication. Oxford University Press.
- Kolb, D. A. (1984). Experiential Learning Experience as the Source of Learning and Development.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 Technology for Humanity.
- Landa, R. (2018). Graphic Design Solutions. Cengage Learning.
- Lupton, E. (2015). Graphic Design the New Basics.
- Pike, S. (2021). Destination Marketing Essentials.

80

- Richards, G. (2021). Cultural Tourism and Destination Branding. Routledge.
- Sharma, P. (2022). Video Editing for Beginners Using Capcut and Premiere Pro.
- Smith, M. (2020). Tourism and Cultural Heritage Preservation. Springer.
- UNESCO. (2019). Creative Industries and Cultural Tourism Development. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNWTO. (2018). Tourism and Culture Synergies. United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2020). Tourism and Youth Empowering the Next Generation for Sustainable Growth.
- Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity an Essential Guide for the Whole Branding Team.



รับสมัคร

เยาวชนเสริมสร้าง

แหล่งการเรียนรู้
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สมัครได้ตั้งแต่วันที่ - 15 พฤศจิกายน 2567



คุณสมบัติผู้สมัคร

อายุระหว่าง 15-25 ปี

สมัคร : Danai-1987@hotmail.com

kriangkrai.jai@mcu.ac.th

โทร >> พี่ติ๊ก 083-519-9615. พี่บี 088-388-8504



การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีประวัติศาสตร์ยาวนาน วัดสำคัญที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนา และชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น การพัฒนาแหล่งการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสามารถดำเนินการผ่าน 4 แนวทางหลัก ได้แก่ การพัฒนาพื้นที่จริง กิจกรรมการเรียนรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของชุมชน

การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีประวัติศาสตร์ยาวนาน วัดสำคัญที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนา และชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น การพัฒนาแหล่งการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสามารถดำเนินการผ่าน 4 แนวทางหลัก ได้แก่

1. การพัฒนาพื้นที่จริงเป็นแหล่งการเรียนรู้

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถนำมาพัฒนาเป็นสถานที่เรียนรู้สำหรับเยาวชนและผู้สนใจได้แก่ **วัดโสธรวราราม วรวิหาร** ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางศาสนาและศรัทธาของชาวไทย เราสามารถพัฒนาเป็นพื้นที่เพื่อการศึกษาด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น **ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี** เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมการค้า และสถาปัตยกรรมไม้เก่าแก่ และ **วัดสมานรัตนาราม** ด้วยความเชื่อที่หลากหลายส่งผลให้มีความโดดเด่น ได้แก่ พระพิณคองคใหญ่ รวมไปถึงศิลปะพุทธ-ฮินดูที่ผสมผสานกัน

แนวทางการพัฒนา

- จัดให้มีป้ายข้อมูล ประวัติศาสตร์ และแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว
- สร้างศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่ เช่น ศูนย์ข้อมูลวัฒนธรรม หรือพิพิธภัณฑ์ชุมชน
- ส่งเสริมให้สถานที่เหล่านี้เป็นศูนย์กลางการอบรม ฝึกหัดท้องถิ่นและการศึกษาวัฒนธรรม

2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ฝึกฝนและลงมือปฏิบัติจริงจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

2.1 การทำ Work Shop ผูกอบรม**โกศท้องถื่น** โดยการเล่าเรื่องเชิงวัฒนธรรม (Cultural Storytelling) ผูกการสื่อสารและบุคลิกภาพสำหรับนักเทศก์ และวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 กิจกรรมศึกษา**ภาคสนาม** โดยลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว และสัมภาษณ์ผู้รู้ท้องถิ่น ทดลองเป็นไกด์นำชมให้กับนักท่องเที่ยวจริง และกิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรม เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การเรียนรู้ดนตรีไทยพื้นถิ่น หรือการฝึกทำหัตถกรรม

2.3 กิจกรรมเยาวชนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยจัดกิจกรรมให้เยาวชนร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน เชื่อมโยง โรงเรียน มหาวิทยาลัย และองค์กรท้องถิ่น ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

แนวทางการพัฒนา

- สนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เชื่อมโยงภาคการศึกษาให้เข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรม

3. การใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้

สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสามารถช่วยให้การเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอะเชิงเทรามีประสิทธิภาพมากขึ้น

ได้แก่ **คู่มือและแผนที่ดิจิทัล** - จัดทำคู่มือไกด์ท้องถิ่นและแผนที่เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมออนไลน์ **แอปพลิเคชันท่องเที่ยวอะเชิงเทร** - พัฒนาแอปฯ ที่ให้ข้อมูลสถานที่ ประวัติศาสตร์ และแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว **VR & AR ท่องเที่ยวเสมือนจริง** - ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงช่วยนำเสนอวัฒนธรรมในรูปแบบที่น่าสนใจ รวมไปถึง**วีดิโอและพอดแคสต์การท่องเที่ยว** - สร้างเนื้อหาสื่อสารเรื่องราวท้องถิ่นผ่านช่องทางออนไลน์

แนวทางการพัฒนา

- ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือสตาร์ทอัพเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับนักเรียน
- ส่งเสริมให้มีการผลิตเนื้อหาออนไลน์ที่ดึงดูดใจกลุ่มเยาวชน

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งการเรียนรู้

ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งข้อมูลและสนับสนุนการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ทั้งใน**การเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น** โดยให้ผู้สูงอายุหรือผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ถ่ายทอดความรู้แก่เยาวชน **การสร้างเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว** ควรส่งเสริมให้ชุมชนร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการเรียนรู้ และ**การทำงานร่วมกับองค์กรภาครัฐและเอกชน** ใน

การทำความร่วมมือกับหน่วยงานท่องเที่ยว วัฒนธรรม และการศึกษาในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้

แนวทางการพัฒนา

- สนับสนุนให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เปิดโอกาสให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอะเชิงเทรสามารถดำเนินการผ่าน 4 แนวทางหลัก ได้แก่ 1. พัฒนาพื้นที่จริง ให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม 2. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ฝึกฝนและปฏิบัติจริง 3. ใช้สื่อและเทคโนโลยี เพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้ และ 4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการสืบทอดและพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้จังหวัดอะเชิงเทรกลายเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ทั้งในด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

แหล่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเยาวชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แหล่งการเรียนรู้ในบริบทของการส่งเสริมให้เยาวชนศึกษาและพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอนุรักษ์และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไปสู่รุ่นต่อไป โดยองค์ประกอบสำคัญของแหล่งการเรียนรู้ดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่

1. **พื้นที่จริง** เป็นแหล่งเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้สัมผัสกับมรดกทางวัฒนธรรมโดยตรงผ่านการลงพื้นที่ศึกษา สำรวจ และสังเกตการณ์ ซึ่งช่วยให้พวกเขาเข้าใจเรื่องราว ประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ได้อย่างลึกซึ้ง ตัวอย่างของพื้นที่จริง ได้แก่ **สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** เช่น วัดวาอาราม โบราณสถาน ศิลปะสถาน **พิพิธภัณฑ์และศูนย์วัฒนธรรม** ที่จัดแสดงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ **ชุมชนท้องถิ่น** ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานหัตถกรรม และ**แหล่งประวัติศาสตร์** เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวและเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น

2. **กิจกรรมการเรียนรู้** ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้เยาวชนได้ลงมือปฏิบัติจริงและพัฒนาทักษะการเป็นโค้ดที่ท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจประกอบด้วย**วิธีก๊อปปี้และการฝึกอบรม** เช่น การอบรมเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) การพัฒนาบุคลิกภาพของมีคูลเทค และ การนำชมแหล่งท่องเที่ยว **การท่องเที่ยวที่ปฏิบัติจริง** โดยเยาวชนได้รับโอกาสฝึกการเป็นโค้ดท้องถิ่นในสถานที่จริง **การจัดตั้งสถานการณ์** เช่น การจัดทัวร์ทดลองให้เพื่อนร่วมโครงการหรือนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย **กิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น** เช่น การทดลองทำอาหารพื้นเมือง งานหัตถกรรม หรือการแสดง **ศิลปะวัฒนธรรม**

3. **สื่อและเครื่องมือ**. การใช้เทคโนโลยีและสื่อการเรียนรู้ช่วยให้เยาวชนเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและพัฒนาทักษะการเป็นมีคูลเทคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างสื่อและเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ได้แก่ **คู่มือการเป็นโค้ดท้องถิ่น** ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการนำชมและแนวทางปฏิบัติ **แผนที่แหล่งท่องเที่ยว** ที่ช่วยให้เยาวชนสามารถวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม **วิดีโอสอนทักษะมีคูลเทค** เช่น เทคนิคการสื่อสาร การบริหารจัดการกลุ่มนักท่องเที่ยว และแอปพลิเคชันช่วยวางแผนการ

ท่องเที่ยว ที่สามารถใช้ค้นหาข้อมูลและจัดการเส้นทางท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น

4. **การมีส่วนร่วมของชุมชน** การเรียนรู้จากชุมชนเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญที่ช่วยให้เยาวชนเข้าใจวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับบุคคลในชุมชน เช่น **การเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น** ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาพื้นบ้าน **การทำงานร่วมกับชุมชน** เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและสะท้อนผู้ด้อยโอกาสท้องถิ่น และพัฒนา**โครงการเยาวชนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน** ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ร่วมออกแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว

ดังนั้นแหล่งการเรียนรู้ในบริบทของการพัฒนาเยาวชนให้เป็นโค้ดท้องถิ่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องประกอบด้วย**พื้นที่จริง** สำหรับการศึกษาเชิงประสบการณ์, **กิจกรรมการเรียนรู้** ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ฝึกฝน, **สื่อและเครื่องมือ** ที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ และ **การมีส่วนร่วมของชุมชน** ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างลึกซึ้ง เมื่อนำองค์ประกอบเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ร่วมกัน จะช่วยให้เยาวชน

สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและฝึกปฏิบัติการเป็นโค้ดท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

องค์ประกอบสำคัญของแหล่งการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แหล่งการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนผ่านกระบวนการศึกษาที่ผสมผสานทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต (Falk & Dierking, 2013) โดยองค์ประกอบสำคัญของแหล่งการเรียนรู้ ด้านนี้ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หนึ่งในกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญคือการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของท้องถิ่น เยาวชนจะได้ฝึกฝนการออกแบบเส้นทางที่คำนึงถึงความคุ้มค่าและคุณค่าของแต่ละสถานที่ (Timothy & Boyd, 2014) โดยเริ่มจากการสำรวจข้อมูลการวิเคราะห์จุดเด่น และการนำเสนอเส้นทางที่น่าสนใจ

กระบวนการเรียนรู้ในส่วนนี้ช่วยให้เยาวชนได้ฝึกทักษะการค้นคว้าข้อมูล การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของสถานที่ และการจัดทำแผนที่หรือเอกสารนำเสนอเส้นทาง เพื่อให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลแก่ผู้สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Garrod & Exall, 2000) นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสให้เยาวชนได้สัมผัสการทำงานจริงโดยการออกภาคสนามและพูดคุยกับชุมชนเพื่อรวบรวมเรื่องราวและความรู้เชิงลึก

2. ฝึกทดลองการเป็นโค้ดท้องถิ่น

นอกเหนือจากการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว การฝึกทักษะด้านการเป็นโค้ดท้องถิ่นก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน เยาวชนจะได้พัฒนาทักษะการสื่อสาร การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจระหว่างการเดินทาง ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการเป็นมีคูลเทคที่ดี (Weiler & Black, 2015)

กิจกรรมในส่วนนี้จะช่วยให้เยาวชนมีความมั่นใจในการพูดต่อหน้าสาธารณะชน รวมถึงเรียนรู้เทคนิคจัดการกลุ่มนักท่องเที่ยว การตอบคำถาม และการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับผู้เยี่ยมชม (Cohen, 1985) ผ่านการจัดตั้งสถานการณ์หรือการฝึกภาคปฏิบัติในสถานที่จริง การเรียนรู้แบบนี้ไม่เพียงช่วยพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยว แต่ยังเสริมสร้าง

ความสามารถด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและอาชีพในอนาคตได้

3. การบูรณาการความรู้

แหล่งการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่เพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งเสริมให้เยาวชนสามารถบูรณาการความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และศาสตร์ด้านการจัดการท่องเที่ยว (Moscardo, 1996) การเรียนรู้ในลักษณะนี้ช่วยให้เยาวชนสามารถนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หรือการใช้ศิลปะและเทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มเสน่ห์ให้กับการนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรม

4. การลงมือปฏิบัติ

การเรียนรู้ที่แท้จริงขึ้นจากการลงมือทำ เยาวชนจะได้ทดลองนำความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ในสถานการณ์จริง โดยการเป็นไกด์ท้องถิ่นในพื้นที่จริงหรือการจำลองการนำเที่ยว ซึ่งจะเปิดโอกาสให้พวกเขาได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในสายงานหรือบุคคลในชุมชน (Kolb, 1984)

กระบวนการฝึกปฏิบัตินี้ไม่เพียงช่วยให้เยาวชนสามารถประเมินตนเองและปรับปรุงทักษะการนำเสนอของตนเองให้ดียิ่งขึ้น แต่ยังทำให้พวกเขามองเห็นความสำคัญของการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Packer & Ballantyne, 2016) การลงพื้นที่จริงจะช่วยให้เยาวชนเข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการนำเที่ยว และสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นแหล่งการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง ซึ่งช่วยให้พวกเขาได้รับความรู้และทักษะที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การบูรณาการความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ และการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริงองค์ประกอบเหล่านี้ช่วยพัฒนาเยาวชนให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในอนาคต ทั้งในด้านการศึกษา อาชีพ และการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

ตัวอย่างกิจกรรมในแหล่งเรียนรู้

- การสำรวจชุมชน โดยเยาวชนออกไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นและรวบรวมข้อมูล
- การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ฝึกวางแผนเส้นทางและกิจกรรมที่เหมาะสมโดยเยาวชน

- การฝึกเป็นไกด์ ทดลองนำเที่ยวจริงหรือจำลองสถานการณ์โดยเยาวชน
- การนำเสนอผลงาน เยาวชนนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวและประสบการณ์การเป็นไกด์ต่อชุมชน

แนวคิดที่สำคัญ

1. การพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills)¹

ในศตวรรษที่ 21 โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากปัจจัยทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลให้ทักษะที่จำเป็น สำหรับดำรงชีวิต และการทำงานเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทักษะในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงความรู้ทางวิชาการ แต่รวมถึงทักษะที่จำเป็นต่อการคิด วิเคราะห์ แก้ปัญหา และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์การด้านการศึกษาหลายแห่ง เช่น Partnership for 21st Century Learning (P21) และ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ได้กำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับทักษะที่สำคัญสำหรับการเรียนรู้และการทำงานในยุคปัจจุบัน โดยทั่วไป ทักษะในศตวรรษที่ 21 สามารถ

¹ Partnership for 21st Century Skills (2009). *Framework for 21st Century Learning*

แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills), (2) ทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี (Information, Media, and Technology Skills), และ (3) ทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and Career Skills) (P21, 2019)

1. ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills)

ทักษะกลุ่มนี้เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างสรรค์และพัฒนาความสามารถในการปรับตัวและแก้ไขปัญหาในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1.1 การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา (Critical Thinking and Problem Solving) การคิดเชิงวิพากษ์หมายถึงความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมิน และแก้ไขปัญหาตามหลักเหตุผล รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยหลักฐานและข้อมูลที่ถูกต้อง (Ennis, 2011)

1.2 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation) ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดนอกกรอบ คิดริเริ่ม และพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ รวมถึงการใช้จินตนาการเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า (Robinson, 2011)

1.3 การสื่อสารและความร่วมมือ (Communication and Collaboration) ในยุคดิจิทัล การสื่อสารไม่ได้จำกัดเพียงการพูด

และเขียน แต่ยังคงมีการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล การทำงานร่วมกันในทีม และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านทางออนไลน์ (Trilling & Fadel, 2009)

2. ทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี (Information, Media, and Technology Skills)

ทักษะกลุ่มนี้เน้นความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อ และข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและมีจริยธรรม

2.1 การรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information Literacy) ทักษะนี้เกี่ยวข้องกับความสามารถในการค้นหา วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงการเลือกใช้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Zhang, 2013)

2.2 การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เป็นความสามารถในการเข้าใจและวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ รวมถึงการรับรู้ถึงอิทธิพลของสื่อในสังคม และการสร้างเนื้อหาสื่ออย่างรับผิดชอบ (Hobbs, 2010)

2.3 การรู้เท่าทันเทคโนโลยีและดิจิทัล (ICT Literacy & Digital Literacy) ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนของสังคม ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Jenkins et al., 2009)

3. ทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and Career Skills)

ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทักษะชีวิตและอาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยให้บุคคลสามารถปรับตัวและประสบความสำเร็จได้

3.1 ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adaptability) ทักษะนี้ช่วยให้บุคคล สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Duckworth & Peterson, 2007)

3.2 ความเป็นผู้นำและความเป็นผู้นำ (Leadership and Responsibility) ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ และสามารถนำทีมไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้ เป็นสิ่งสำคัญในโลกของการทำงาน (Goleman, 1998)

3.3 ทักษะทางสังคมและข้ามวัฒนธรรม (Social and Cross-Cultural Skills) ในยุคโลกาภิวัตน์ การทำงานกับคนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันต้องอาศัยความเข้าใจทางวัฒนธรรมและทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Hofstede, 2001)

3.4 การริเริ่มและการกำกับตนเอง (Initiative and Self-Direction) เป็นความสามารถในการตั้งเป้าหมายและดำเนินการโดยไม่ต้องรอคำสั่ง รวมถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (Dweck, 2006)

ดังนั้นทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับเยาวชนและบุคคลทั่วไปในการเผชิญกับโลกที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเรียนรู้ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ความรู้ทางวิชาการ แต่ยังต้องพัฒนา ทักษะการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และทักษะชีวิตอย่างสมดุล ทั้งนี้ การศึกษาในยุคใหม่ควรมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ปัญหาและสร้างคุณค่าให้กับสังคมได้

การประยุกต์ใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 กับกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมที่มุ่งเน้นให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการสำรวจชุมชน ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ฝึกเป็นไกด์ และนำเสนอผลงาน เป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้ในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรมดังนี้

1. การสำรวจชุมชนโดยเยาวชน

ทักษะที่ใช้ ได้แก่ **ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา** (Critical Thinking and Problem Solving) โดยเยาวชนต้องวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของสถานที่ และศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ฝึกตั้งคำถามและประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลจาก

แหล่งต่าง ๆ **ทักษะการรู้เท่าทันสารสนเทศ** (Information Literacy) โดยเยาวชนต้องฝึกการค้นหาและประเมินแหล่งข้อมูล ทั้งจากเอกสาร บทสัมภาษณ์ และข้อมูลออนไลน์ ใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลในการบันทึกข้อมูล เช่น แอปพลิเคชันแผนที่ การบันทึกเสียง หรือการถ่ายภาพ รวมไปถึง **ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ** (Communication and Collaboration) เยาวชนต้องทำงานร่วมกันในทีมเพื่อแบ่งหน้าที่ เช่น สำรวจสถานที่ สัมภาษณ์ชุมชน หรือเก็บข้อมูลภาพถ่าย ฝึกทักษะการสื่อสารกับชุมชน ทั้งการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในพื้นที่

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ให้เยาวชนแบ่งกลุ่มและเลือกสำรวจแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมจัดทำรายการข้อมูลสถานที่ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม และใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Google Maps, Google Docs หรือแอปพลิเคชันบันทึกข้อมูลภาคสนาม

2. การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อมิควางแผนเส้นทางและกิจกรรมที่เหมาะสม

ทักษะที่ใช้ ได้แก่ **ทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม** (Creativity and Innovation) เยาวชนออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ โดยคำนึงถึงจุดเด่นของสถานที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว คิดค้นกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเวิร์กช็อปอาหารท้องถิ่น หรือการ

ทดลองฝึกศิลปะที่บ้าน **ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์** (Analytical Thinking) วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของแต่ละเส้นทาง เช่น ระยะเวลาความสะดวกในการเดินทาง และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ **ทักษะการทำงานเป็นทีม** (Collaboration) ฝึกการทำงานร่วมกันในกลุ่มเพื่อกำหนดเส้นทางที่เหมาะสมและปรับปรุงแนวคิดจากความคิดเห็นของสมาชิกในทีม

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ให้ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว 2-3 เส้นทาง แล้วนำเสนอให้ทีมงานหรือชุมชนช่วยวิจารณ์และปรับปรุง ฝึกการใช้ซอฟต์แวร์สร้างแผนที่ เช่น Google My Maps หรือ Canva เพื่อออกแบบแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว

3. การฝึกเป็นโค้ช ทดลองนำเที่ยวจริงหรือจำลองสถานการณ์

ทักษะที่ใช้ ได้แก่ **ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ** (Communication Skills) ฝึกการพูดให้กระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ โดยใช้ภาษาและน้ำเสียงที่เหมาะสม ฝึกการโต้ตอบและตอบคำถามจากนักท่องเที่ยว **ทักษะความสามารถในการปรับตัว** (Flexibility and Adaptability) เรียนรู้วิธีรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น นักท่องเที่ยวถามคำถามที่ไม่เคยเตรียมไว้ หรือมีอุปสรรคระหว่างการนำเที่ยว **ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและเทคโนโลยี** (Media & Technology Literacy) ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการช่วยนำเสนอ เช่น สไลด์โชว์ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ให้อาวชนสวมบทบาทเป็นโค้ชและนำเสนอสถานที่ต่าง ๆ ผ่านการบรรยายแบบจำลอง และจัดเวิร์กช็อปฝึกเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

4. การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวและประสบการณ์การเป็นโค้ชต่อชุมชนหรือผู้สนใจ

ทักษะที่ใช้ ได้แก่ **ทักษะการนำเสนอ** (Presentation Skills) ฝึกการใช้สไลด์ที่ดูน่าสนใจ เช่น สไลด์ วิดีโอ หรือโมเดล 3 มิติ สร้างความมั่นใจในการพูดต่อหน้าสาธารณชน **ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์** (Creative Thinking) คิดวิธีนำเสนอให้ดึงดูด เช่น การใช้สื่อแบบอินเทอร์แอคทีฟ หรือการจัดกิจกรรมให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม **ทักษะความเป็นผู้นำและความรับผิดชอบ** (Leadership & Responsibility) ฝึกการแบ่งหน้าที่และบริหารเวลาให้สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ให้แต่ละกลุ่มนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวผ่านสไลด์วิดีโอหรืออินโฟกราฟิก จัดเวทีนำเสนอแบบ "ประชุมชุมชน" ให้อาวชนเสนอแผนพัฒนาเส้นทางต่อผู้นำท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

ดังนั้นกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถนำทักษะในศตวรรษที่ 21 มาประยุกต์ใช้ในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การสำรวจ การออกแบบเส้นทาง การฝึกเป็นโค้ช ไปจนถึงการนำเสนอ โดยเน้นพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยให้เยาวชนสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และเตรียมพร้อมสำหรับการใช้ชีวิตและการทำงานในโลกยุคใหม่

เอกสารอ้างอิง

- Duckworth, A. L., & Peterson, C. (2007). *Grit Perseverance and passion for long-term goals*. Journal of Personality and Social Psychology, 92(6), 1087.
- Dweck, C. (2006). *Mindset The New Psychology of Success*. Random House.
- Ennis, R. H. (2011). *Critical thinking Reflection and perspective Part I*. Inquiry Critical Thinking Across the Disciplines, 26(1), 4-18.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Routledge.
- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. Bantam.

- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy A plan of action*. Aspen Institute.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage publications.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture Media education for the 21st century*. MIT Press.
- P21. (2019). *Framework for 21st Century Learning*. Partnership for 21st Century Learning.
- Partnership for 21st Century Learning (P21). (2019). *Framework for 21st Century Learning*.
- Robinson, K. (2011). *Out of Our Minds Learning to Be Creative*. Capstone.
- Trilling, B., & Fadel, C. (2009). *21st Century Skills Learning for Life in Our Times*. Jossey-Bass.
- Zhang, W. (2013). *Information literacy and lifelong learning*. Springer.

หลักการการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning)

การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning) เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์จริง มีการสะท้อนผลสิ่งที่เกิดขึ้น และสามารถนำความรู้หรือประสบการณ์ไปปรับใช้ในอนาคต (Kolb, 1984) หลักการนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งผ่านการลงมือทำและพัฒนาทักษะที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตรจริงได้

แนวคิดการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติได้รับการพัฒนาโดย David Kolb ซึ่งได้นำเสนอ Experiential Learning Theory (ELT) ซึ่งอธิบายว่าการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและวนรอบ โดยมีการเปลี่ยนแปลงผ่านประสบการณ์ตรง ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจมากขึ้นจากการสะท้อน (reflection) และทดลองใช้แนวคิดในสถานการณ์ใหม่ (Kolb & Fry, 1975)

วงจรการเรียนรู้ของ Kolb (Kolb's Experiential Learning Cycle)

Kolb (1984) ได้นำเสนอวงจรการเรียนรู้แบบ 4 ขั้นตอน ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ได้แก่

1. **Concrete Experience (ประสบการณ์ตรง)** – การลงมือปฏิบัติจริง ผู้เรียนได้สัมผัสประสบการณ์จริงจากการลงมือทำ อาจเป็นการทดลอง ปฏิบัติภาคสนาม การฝึกงาน หรือการเล่นบทบาท

สมมติ ตัวอย่างนักศึกษาที่เรียนการท่องเที่ยวไปสำรวจชุมชนและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ทางวัฒนธรรม

2. **Reflective Observation (การสังเกตและสะท้อนประสบการณ์)** – วิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้น วิเคราะห์และไตร่ตรองเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น ตั้งคำถามว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น และผลลัพธ์ที่ได้รับเป็นอย่างไร ตัวอย่างนักศึกษาสรุปข้อค้นพบจากการสำรวจชุมชนและอภิปรายว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องและสมบูรณ์เพียงใด

3. **Abstract Conceptualization (การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม)** – เชื่อมโยงประสบการณ์กับแนวคิดทฤษฎี โดยเชื่อมโยงประสบการณ์ที่ได้รับกับแนวคิด ทฤษฎี หรือหลักการทางวิชาการ ผู้เรียนพัฒนาความเข้าใจใหม่หรือปรับเปลี่ยนแนวคิดที่เคยมี ตัวอย่าง นักศึกษานำข้อมูลจากการสำรวจมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. **Active Experimentation (การทดลองใช้แนวคิดในสถานการณ์ใหม่)** – นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ผู้เรียนนำแนวคิดหรือบทเรียนที่ได้จากประสบการณ์ไปทดลองใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ เป็นการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแนวทางที่ดีกว่า ตัวอย่าง นักศึกษาออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่และนำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

หลักการสำคัญของการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ

การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติมีหลักการสำคัญหลายประการที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. **การมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Learner Engagement)** ผู้เรียนต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ ไม่ใช่เพียงแค่รับข้อมูลแบบ passive และการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนมีโอกาสลงมือทำและตัดสินใจด้วยตนเอง (Dewey, 1938)
2. **การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Learning from Real-World Experience)** ผู้เรียนได้สัมผัสสถานการณ์จริงหรือจำลองสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับโลกแห่งความเป็นจริงช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจปัญหาในบริบทจริง และฝึกฝนทักษะที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตรจริง (Kolb, 1984)
3. **การสะท้อนผล (Reflection)** ผู้เรียนต้องสามารถสะท้อนผลการเรียนรู้ของตนเอง วิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้น และตั้งคำถามเพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ (Schon, 1983) นอกจากนี้ควรเขียนบันทึกสะท้อนการเรียนรู้ (Learning Journal) เพราะเป็นเทคนิคที่ช่วยส่งเสริมการไตร่ตรอง
4. **การนำไปประยุกต์ใช้ (Application of Learning)** ผู้เรียนสามารถนำความรู้หรือทักษะที่ได้เรียนรู้ไปใช้ในสถานการณ์

อื่น ๆ กระบวนการนี้ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนและสามารถพัฒนาต่อยอดได้ (Moon, 2004)

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ

1. ในการศึกษา ได้แก่ กิจกรรมสำรวจชุมชน นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวออกสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การฝึกเป็นไกด์ท่องเที่ยว ให้นักศึกษาได้ทดลองเป็นไกด์ในสถานการณ์จำลองหรือในสถานที่จริง
2. ในโลกของการทำงาน ได้แก่ การฝึกงาน (Internship) ให้นักงานฝึกงานมีโอกาสได้ลงมือทำงานจริงในองค์กร การเรียนรู้ด้วยโครงการ (Project-Based Learning) ให้นักงานแก้ไขปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการจริง
3. ในชีวิตรประจำวัน ได้แก่ การเรียนรู้จากความล้มเหลว นำบทเรียนจากความผิดพลาดไปปรับปรุงตนเอง การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมอาสาสมัคร การทำงานร่วมกับชุมชนช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและการแก้ไข้ปัญหา

ดังนั้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning) เป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งผ่านการลงมือทำ สะท้อนผล และนำไปประยุกต์ใช้ วงจรการเรียนรู้ของ Kolb (1984) ช่วยให้เห็นภาพกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นระบบและสามารถนำไปใช้ในหลายบริบท การประยุกต์ใช้แนวทางนี้ในระบบ

การศึกษาและการทำงานช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประยุกต์ใช้หลักการการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจชุมชน ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ฝึกเป็นไกด์ และนำเสนอผลงาน สามารถนำ หลักการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning) มาใช้เพื่อให้เยาวชนได้รับประสบการณ์ตรง เรียนรู้จากการลงมือทำ และนำความรู้ไปปรับใช้ในสถานการณ์จริง โดยสามารถประยุกต์ใช้ตาม วงจรการเรียนรู้ของ Kolb (1984) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience), การสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation), การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization), และการทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)

1. การสำรวจชุมชน เยาวชนออกไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นและรวบรวมข้อมูล

การประยุกต์ใช้วงจรการเรียนรู้ของ Kolb
1.1 ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience)

- 1.1.1 เยาวชนลงพื้นที่สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น วัด ตลาดเก่า หรือแหล่งวัฒนธรรม
- 1.1.2 เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ชุมชน การถ่ายภาพ และบันทึกวิดีโอ
- 1.2 การสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation)
 - 1.2.1 วิเคราะห์ว่าข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนหรือไม่
 - 1.2.2 อภิปรายปัญหาหรืออุปสรรคที่พบระหว่างการสำรวจ
- 1.3 การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization)
 - 1.3.1 นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสรุปเป็นข้อค้นพบเกี่ยวกับศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว;
 - 1.3.2 เปรียบเทียบข้อมูลกับแนวคิดทางการท่องเที่ยว เช่น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
- 1.4 การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)
 - 1.4.1 นำข้อมูลที่ได้นำไปออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม

2. วางแผนการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ในการนำเสนอและฝึกเป็นไกด์ ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- 2.1 เยาวชนแบ่งกลุ่มและสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แล้วนำข้อมูลมารวบรวมกันวิเคราะห์เพื่อเลือกสถานที่ที่น่าสนใจที่สุด
- 2.2 ใช้เทคโนโลยี เช่น Google Maps หรือ Google Docs เพื่อบันทึกข้อมูล

3. การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ฝึกวางแผนเส้นทางและกิจกรรมที่เหมาะสม

- 3.1 ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience)
 - 3.1.1 เยาวชนใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาสร้างแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว
 - 3.1.2 คิดกิจกรรมที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น การทดลองทำอาหารพื้นบ้าน หรือฝึกช้อปปิ้งท้องถิ่น
- 3.2 การสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation)
 - 3.2.1 อภิปรายว่าเส้นทางที่ออกแบบมามีจุดแข็ง-จุดอ่อนอย่างไร
 - 3.2.2 รับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มอื่นหรือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว
- 3.3 การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization)
 - 3.3.1 เชื่อมโยงแนวคิดกับ หลักการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - 3.3.2 วิเคราะห์ว่าเส้นทางนี้จะมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร
- 3.4 การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)

- 3.4.1 นำเส้นทางไปทดลองใช้ในพื้นที่จริง
- 3.4.2 ทำการทดสอบโดยให้กลุ่มเยาวชนจำลองบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวและให้ข้อเสนอแนะ
- ตัวอย่างการประยุกต์ใช้
- ใช้ Google My Maps หรือ Canva ออกแบบเส้นทาง
 - เชิญไกด์ท้องถิ่นมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบเส้นทาง

4. การฝึกเป็นไกด์ทดลองนำเที่ยวจริงหรือจำลองสถานการณ์

การประยุกต์ใช้วงจรการเรียนรู้ของ Kolb

- 4.1 ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience)
- 4.1.1 เยาวชนสวมบทบาทเป็นไกด์และนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จริง
- 4.1.2 ฝึกการพูด สื่อสาร และเล่าเรื่องเพื่อให้ข้อมูลน่าสนใจ
- 4.2 การสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation)
- 4.2.1 ถามตัวเองว่า "ฉันสามารถสื่อสารข้อมูลได้ดีแค่ไหน"
- 4.2.2 พิจารณาความคิดเห็นจากเพื่อนร่วมกลุ่มและอาจารย์
- 4.3 การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization)
- 4.3.1 ศึกษาหลักการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี เช่น เทคนิคการพูด การตอบคำถาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว
- 4.4 การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)
- 4.4.1 นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการเป็นไกด์
- 4.4.2 ฝึกซ้ำจนสามารถนำเที่ยวได้อย่างมั่นใจ

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- ใช้ Storytelling Techniques เพื่อทำให้ข้อมูลน่าสนใจ

- ให้เยาวชนอัปเดตตัวเองขณะนำเที่ยวแล้วนำกลับมาดูเพื่อปรับปรุง

5. การนำเสนอผลงาน นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวและประสบการณ์การเป็นไกด์ต่อชุมชนหรือผู้สนใจ

- 5.1 ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience)
- 5.1.1 เยาวชนจัดทำ สไลด์นำเสนอ หรือวิดีโอ เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวของตนเอง
- 5.2 การสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation)
- 5.2.1 วิเคราะห์ว่าการนำเสนอของตนเองน่าสนใจและเข้าใจง่ายเพียงใด
- 5.2.2 พิจารณาข้อเสนอแนะจากผู้ชม
- 5.3 การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม (Abstract Conceptualization)
- 5.3.1 ศึกษาเทคนิคการนำเสนอ เช่น Infographic Design, Public Speaking และการใช้ Visual Aids

- 5.4 การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)
- 5.4.1 นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการนำเสนอครั้งถัดไป
- 5.4.2 ฝึกพูดให้มั่นใจขึ้น และปรับปรุงโครงสร้างเนื้อหาให้กระชับและดึงดูด

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- ใช้ Canva, PowerPoint สร้างสื่อการนำเสนอ
- จัดเวทีให้เยาวชนได้นำเสนอจริง และบันทึกวิดีโอเพื่อนำไปใช้พัฒนา

ดังนั้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Experiential Learning) ช่วยให้เยาวชนได้รับประสบการณ์ตรงจากกิจกรรม การสำรวจ ออกแบบเส้นทาง ฝึกเป็นไกด์ และนำเสนอผลงาน โดยทุกขั้นตอนสามารถประยุกต์ใช้ วงจรการเรียนรู้ของ Kolb เพื่อให้ผู้เรียนสามารถไตร่ตรองประสบการณ์ สร้างความเข้าใจเชิงลึก และนำไปปรับใช้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. Macmillan.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.

- Kolb, D. A., & Fry, R. (1975). *Toward an applied theory of experiential learning*. MIT Press.
- Moon, J. (2004). *A Handbook of Reflective and Experiential Learning Theory and Practice*. Routledge.
- Schon, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner How Professionals Think in Action*. Basic Books.

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ²

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว โดยครอบคลุมถึง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี ภาษา วิถีชีวิต และวิถีทัศน์ของชุมชนท้องถิ่น (Richards, 2001) นักท่องเที่ยวที่เดินทางในรูปแบบนี้ไม่เป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่เยี่ยมชม

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า “กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ สัมผัส และมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงแง่มุมที่ต้องได้และจับต้องไม่ได้ของมรดกทาง

² Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CAB International.

วัฒนธรรม” (UNWTO, 2017) ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ชมสถานที่ทางวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน หรือพิพิธภัณฑ์ แต่ยังรวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การทำอาหารพื้นเมือง หรือการเรียนรู้ศิลปะพื้นบ้าน

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

McKercher & du Cros (2002) ได้เสนอ 5 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่

1. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage)
 - โบราณสถาน วัดเจดีย์ พิพิธภัณฑ์ สถาปัตยกรรม โบราณ
 - ตัวอย่าง นครวัด (กัมพูชา), พระบรมมหาราชวัง (ไทย)
2. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage)
 - ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา ดนตรีพื้นบ้าน อาหาร วรรณกรรม
 - ตัวอย่าง สะครโซน (ไทย), ฟลามิงโก (สเปน)
3. วิถีชีวิตและชุมชน (Living Culture & Local Community)

- นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น เช่น การใช้ชีวิตในหมู่บ้านชาวประมง
 - ตัวอย่าง หมู่บ้านชาวเขาในภาคเหนือของไทย
4. กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities & Events)
 - งานเทศกาล ศิลปะการแสดง เวทีการแสดงฝีมือ
 - ตัวอย่าง เทศกาลสงกรานต์ (ไทย), เทศกาลโคโมไฟ (จีน)
 5. การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการอนุรักษ์ (Sustainable Cultural Tourism)
 - การบริหารจัดการที่ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
 - ตัวอย่าง การกำหนดจำนวนผู้เข้าชมในโบราณสถานเพื่อลดผลกระทบต่องานท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Richards (2018) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม เช่น

1. การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Tourism)
 - มุ่งเน้นการเยี่ยมชมสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

- ตัวอย่าง มรดกโลกของ UNESCO เช่น เมืองเก่าอยุธยา
2. การท่องเที่ยวเชิงศิลปะ (Arts Tourism)
 - เกี่ยวข้องกับศิลปะการแสดงและศิลปะแขนงต่าง ๆ
 - ตัวอย่าง เทศกาลดนตรีและศิลปะ เช่น เทศกาลเอเดนบะระ (สกอตแลนด์)
 3. การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ (Religious Tourism)
 - เยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา
 - ตัวอย่าง การแสวงบุญที่เมืองเมกกะ (ซาอุดีอาระเบีย)
 4. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต (Community-Based Cultural Tourism)
 - เรียนรู้และใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนท้องถิ่น
 - ตัวอย่าง การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวม้งหรือกะเหรี่ยงในภาคเหนือของไทย
 5. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism)
 - นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมผ่านอาหารพื้นเมือง

- ๐ ตัวอย่าง หัวริชมอาหารในอิตาลี หรือถนนเยาวราช (ไทย)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ส่งเสริมการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
2. นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับชนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่น

- สนับสนุนให้เกิดความเข้าใจและความเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Smith, 2003)
3. สร้างรายได้ให้กับชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น
 - สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เช่น อาชีพไกด์ท่องเที่ยว งานฝีมือ และร้านอาหารพื้นเมือง (OECD, 2009)
 - ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน
 4. อนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม
 - การจัดการที่เหมาะสมช่วยป้องกันการสูญเสียทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการฟื้นฟูโบราณสถาน
 - ตัวอย่าง การใช้รายได้จากการท่องเที่ยวบูรณะโบราณสถานในเมืองเกอฮูยา
 5. สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - ลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนโดยการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวและส่งเสริมจริยธรรมในการท่องเที่ยว (UNESCO, 2020)

ความท้าทายและแนวทางแก้ไขของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปัญหาที่พบ

1. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว – โบราณสถานบางแห่งได้รับความเสียหายจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป

2. ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม – การท่องเที่ยวที่มากเกินไปอาจทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงหรือถูกกลืน
3. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม – มลพิษและขยะจากนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางแก้ไข

1. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่ เช่น มัคคุเทศก์นำชมเป็นรอบเพื่อควบคุมจำนวนคน
2. การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์และสามารถควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยวได้

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ การจัดการที่ดีจะช่วยให้การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นไปอย่างยั่งยืน

การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ในกิจกรรมการเรียนรู้ของเยาวชน

กิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การสำรวจชุมชน ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ฝึกเป็นไกด์ และนำเสนอผลงาน สามารถ

ประยุกต์ใช้แนวคิดของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และพัฒนาเยาวชนให้มีทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 รวมถึงเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อชุมชนและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

1. การสำรวจชุมชน เยาวชนออกไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นและรวบรวมข้อมูล

การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 1.1 มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage)
 - 1.1.1 เยาวชนสามารถ ลงพื้นที่สำรวจโบราณสถาน วัด ตลาดเก่า และพิพิธภัณฑ์ เพื่อเก็บข้อมูลทางประวัติศาสตร์
 - 1.1.2 ใช้แนวคิดจาก การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Tourism) ในการวิเคราะห์คุณค่าของสถานที่
- 1.2 มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage)
 - 1.2.1 สัมภาษณ์ผู้สูงอายุในชุมชนเกี่ยวกับตำนานท้องถิ่น ศิลปะพื้นบ้าน และประเพณี

- 1.2.2 บันทึกวิดีโอเกี่ยวกับ การแสดงศิลปะ
พื้นบ้าน เช่น โขน มโนราห์ หรือเพลงพื้นเมืองวิถีชีวิตและ
ชุมชน (Living Culture & Local Community)
- 1.2.3 สํารวจ วิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การ
ทำอาหารพื้นเมือง หรือหัตถกรรมพื้นบ้าน
- 1.2.4 จัดทำสารคดีสั้นเกี่ยวกับ อาชีพดั้งเดิม
ของชุมชน

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- เยวชนแบ่งกลุ่มสำรวจสถานที่ต่าง ๆ เช่น วัดเก่า
หมู่บ้านชาวประมง ตลาดร้อยปี แล้วนำข้อมูลมา
ร่วมกันวิเคราะห์
- ใช้ Google Maps หรือแอปพลิเคชันบันทึกข้อมูล
ภาคสนาม เพื่อจัดเก็บข้อมูล

2. การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ศึกษารูปแบบเส้นทางและ กิจกรรมที่เหมาะสม

การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 2.1 การออกแบบเส้นทางที่เชื่อมโยงมรดกวัฒนธรรม
(Cultural Heritage Route Design)
- 2.1.1 เลือกสถานที่ที่สำรวจมาเชื่อมโยงเป็น
เส้นทาง เช่น "เส้นทางศรีธธา เยี่ยมชมวัด

เก่า 3 แห่ง" หรือ "เส้นทางวิถีชุมชน ตลาด
ร้อยปีและการทำอาหารพื้นเมือง"

- 2.1.2 การสร้างกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม
(Cultural Experiences & Activities)
- 2.1.3 เพิ่มกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมี
ส่วนร่วม เช่น ทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา
เรียนรู้การทอดผ้าพื้นเมือง และชิมอาหาร
พื้นบ้านและเรียนรู้กรรมวิธีการปรุง

2.2 แนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Cultural Tourism Development)

- 2.2.1 พิจารณา ผลกระทบทางสังคมและ
สิ่งแวดล้อม ของเส้นทางท่องเที่ยว
- 2.2.2 ออกแบบเส้นทางที่ไม่ก่อให้เกิดความ
แออัดและช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของ
ชุมชน

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- ให้แต่ละกลุ่มออกแบบ เส้นทางท่องเที่ยว แล้ว
นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยวิพากษ์
- ใช้ Google My Maps หรือ Canva ในการ
ออกแบบแผนที่เส้นทาง

3. การฝึกเป็นไกด์ ทดลองนำเที่ยวจริงหรือจำลอง สถานการณ์

การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 3.1 การใช้เทคนิค Storytelling เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรม
- 3.1.1 ฝึกการ เล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์
ท้องถิ่น เช่น ตำนานของวัด หรือเรื่องเล่าของ
ตลาดเก่า
- 3.1.2 ใช้เทคนิค การเล่าเรื่องแบบอินเทอร์แอคทีฟ
เพื่อให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม เช่น การถามคำถาม
- 3.1.3 การฝึกการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-
Cultural Communication)
- 3.1.4 ฝึกการใช้ ภาษาถิ่นหรือภาษาต่างประเทศ
เพื่ออธิบายสถานที่แก่นักท่องเที่ยว
- 3.1.5 ทำแบบจำลอง การนำเที่ยวให้กับ
นักท่องเที่ยว
- 3.1.6 การใช้เทคโนโลยีในการนำเที่ยว
- 3.1.7 ฝึก ใช้แอปพลิเคชันเสียงนำเที่ยว หรือ QR
Code เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- ให้เยาวชนจับคู่กันเป็นไกด์และนักท่องเที่ยว
ทดลองนำเที่ยวภายในมหาวิทยาลัยหรือชุมชน

- ใช้ YouTube หรือ TikTok ในการเผยแพร่วิดีโอ
นำเที่ยว

4. การนำเสนอผลงาน นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวและ
ประสบการณ์การเป็นไกด์ต่อชุมชนหรือผู้สนใจ
การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4.1 การออกแบบสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4.1.1 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยว

4.1.2 ทำวิดีโอสารคดีสั้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชน

4.2 การนำเสนอแบบมีส่วนร่วม (Interactive Presentation)

4.2.1 จัดเวทีให้ชุมชน ร่วมให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว

4.2.2 จัดแสดงงาน “นิทรรศการท่องเที่ยวชุมชน” ที่เยาวชนสามารถอธิบายแนวคิดของเส้นทางท่องเที่ยวได้

4.2.3 การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเผยแพร่ข้อมูล ได้แก่ Facebook, YouTube หรือเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว จัดทำ เพจท่องเที่ยวของนักเรียน ที่แชร์ข้อมูลและเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้

- จัดงาน "Pitching Day" ที่เยาวชนได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการและชุมชน

- สร้าง Mini Travel Vlog เพื่อนำเสนอวิถีโยนน้ำเที่ยวที่เยาวชนเป็นคนผลิตเอง

การนำแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมของเยาวชนช่วยให้พวกเขา ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสบการณ์จริง พร้อมพัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอ

กิจกรรมที่ออกแบบโดยใช้แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่สร้างนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีความรับผิดชอบ แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism The partnership between tourism and cultural heritage management*. Haworth Press.
- OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. OECD Publishing.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI Publishing.

- Richards, G. (2018). *Cultural tourism A review of recent research and trends*. Journal of Tourism and Cultural Change, 16(2), 119-137.
- UNWTO. (2017). *Tourism and Culture Synergies for Development*. United Nations World Tourism Organization.
- UNESCO. (2020). *Sustainable Tourism and Cultural Heritage*. UNESCO.

บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว³

ความสำคัญของเยาวชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

เยาวชนเป็นกลุ่มประชากรที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากพวกเขามี ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านเทคโนโลยี และความกระตือรือร้นด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน (UNWTO, 2017)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้เน้นย้ำว่า เยาวชนเป็นผู้นำแห่งอนาคตของการท่องเที่ยว โดยสามารถมีบทบาทใน

³ UNWTO (2020). *Global Guidelines for the Restart of Tourism*. United Nations World Tourism Organization.

ฐานะ นักท่องเที่ยว ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา ผู้ประกอบการ และนักอนุรักษ์วัฒนธรรม (UNWTO, 2022) ซึ่งช่วยให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในยุคดิจิทัลได้

บทบาทสำคัญของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. เป็นผู้สร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการท่องเที่ยว (Innovators in Tourism Technology)

เยาวชนมักเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและสามารถใช้ แพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bubalus & Law, 2008)

เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยใช้ Social Media เช่น Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างแอปพลิเคชันท่องเที่ยวที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น แผนที่ดิจิทัล ระบบนำทาง และวีวอลสถานที่ และอาจพัฒนาไปถึงการที่เยาวชนสามารถพัฒนา Virtual Tours หรือใช้ Augmented Reality (AR) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบที่น่าสนใจและอินเตอร์แอคทีฟ (Gratzel et al., 2000)

ตัวอย่าง เช่น เยาวชนในประเทศญี่ปุ่นได้พัฒนาแอปพลิเคชัน AR Guidebook ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนโบราณสถานเพื่อดูข้อมูลเชิงลึกผ่านเทคโนโลยี AR

2. เป็นผู้อนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น (Cultural Heritage Preservers & Promoters)

การท่องเที่ยววัฒนธรรมต้องอาศัยการอนุรักษ์และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ชาวชนสามารถช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชนผ่านการนำเสนอในรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย (McKercher & du Cros, 2002) ได้แก่ การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว จัดกิจกรรม “Living Heritage” ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้า และการแสดงศิลปะพื้นบ้าน และการเป็นมรดกเทคโนโลยี โดยชาวชนสามารถฝึกเป็น โกดำน่าเที่ยว ในชุมชนของตนเองเพื่อแนะนำสถานที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ตัวอย่าง เช่น ชาวชนในเชียงใหม่จัดกิจกรรม โกดำน่าเที่ยววัดเก่าและตลาดร้อยปี เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปะวัฒนธรรมของเมือง

3. เป็นนักพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Advocates)

ชาวชนสามารถช่วยสร้าง แนวทางการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น (Weaver, 2006) ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism & Sustainable Tourism)

ด้วยการสนับสนุนการใช้ พลังงานสะอาด ลดขยะ และลดการใช้พลาสติกในสถานที่ท่องเที่ยว การณรงค์เรื่องการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ (Responsible Tourism Campaigns) การใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ จริยธรรมในการท่องเที่ยวและแนวทางลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างเช่น ชาวชนในอินโดนีเซียริเริ่มโครงการ “Green Tourism Challenge” เพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและการลดขยะพลาสติกในสถานที่ท่องเที่ยว

4. เป็นนักสื่อสารและนักประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Content Creators & Influencers) ได้แก่ การสร้างคอนเทนต์ท่องเที่ยวออนไลน์ การที่ชาวชนสามารถผลิต Vlogs, Blogs หรือ Podcasts เพื่อรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว การใช้ Storytelling & Digital Marketing ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Gretzel et al., 2000) รวมไปถึงการเป็น “Young Tourism Ambassadors” ซึ่งชาวชนสามารถเป็นตัวแทนของชุมชนในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในระดับประเทศและนานาชาติ

ตัวอย่างเช่น ชาวชนในฝรั่งเศสริเริ่มแคมเปญ #ExploreFrance บน Instagram และ TikTok เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง

ดังนั้นชาวชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็น การใช้เทคโนโลยี การอนุรักษ์วัฒนธรรม การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการเป็นนักสื่อสารด้านการท่องเที่ยว หากได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสม พวกเขาสามารถเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตในแนวทางที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Bubalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism The partnership between tourism and cultural heritage management*. Haworth Press.

Weaver, D. B. (2006). *Sustainable Tourism Theory and Practice*. Routledge.

Gretzel, U., Yuan, Y. L., & Essendrop, D. R. (2000). Preparing for the new economy Advertising strategies and change in destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 39(2), 146-156.

พระราชทานเขตวิสุงคามสีมาใหม่อีกครั้ง โดยมีขนาดกว้าง ๕๕ เมตร และยาว ๑๔๐ เมตร

นอกจากนี้ วัดสุทธวรารามยังเปิดการศึกษาเป็นโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม และโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกบาลี เปิดสอนเมื่อ พ.ศ. ๒๔๘๑ โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญ เปิดสอน เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๕ ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เปิดสอนเมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๙ โรงเรียนผู้ใหญ่วัด เปิดสอนเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๒

งานเทศกาลหรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

๑. งานเทศกาลกลางเดือน ๕ ซึ่งถือว่าเป็นงาน “วันเกิด” หลวงพ่อสุธอร์ รวม ๓ วัน ๓ คืน ตั้งแต่วันขึ้น ๑๔ ค่ำ จนถึงวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๕ เทศกาลนี้เรียกได้ว่า มาก่อนงานเทศกาลอื่น ถือว่าเป็นงานสมโภชวันคล้ายวันที่อาราธนาหลวงพ่อก่อนขึ้นจากน้ำ และอัญเชิญท่านมาประดิษฐานที่วัดสุธอร์

ในวันขึ้น ๑๔ ค่ำ เดือน ๕ ชาวแปดริ้วจะแห่หลวงพ่อบกไปตามหมู่บ้านใกล้ ๆ วัด แล้วอัญเชิญองค์ท่านกลับมายังวิหาร ครั้นตักย่นพระสงฆ์จะเจริญพระพุทธมนต์ ในวันรุ่งขึ้น คือ วันขึ้น ๑๕ ค่ำ จะมีการทำบุญใส่บาตรฉลอง เวียนเทียน และสงฆ์นำหลวงพ่อบกมาหลั่งน้ำพระจำศีล ละครหรือสีกา และจั่ว ที่นำสีกาตกก็คืองานเทศกาลสมโภชการหลวงพ่อบกทุกคราว จะมีมหรสพไทยและจีนคู่กันเสมอ ไม่เคยเว้นเพราะถือว่าประชาชนทั้งชาวไทยและจีนได้ร่วมใจกันอาราธนาหลวงพ่อก่อนขึ้นจากน้ำ

๒. งานเทศกาลกลางเดือน ๑๒ จัดขึ้น ๕ วัน ๕ คืน ตั้งแต่วันขึ้น ๑๒ ค่ำ ไปจนถึงวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๒ งานเทศกาลนี้จัดมานานกว่าร้อยปีแล้ว คือ เริ่มมีขึ้นในราว พ.ศ. ๒๔๓๔

ผู้เริ่มจัดงานกลางเดือน ๑๒ คือ ได้โนทรัพย์ เจ้าของละครคลองสุธอร์ มูลเหตุมีอยู่ว่า ในปีนั้น ประชาชนชาวสุธอร์ประสบทุกข์ภัย ข้ายากหมากแพง ฝนแล้ง ข้าวและผลไม้ขาดแคลนไม่ได้ผล โรคห่า (อหิวาต์) และโรคหุอง (มีตาช) ระบาดทั่วไป ผู้คนและสัตว์เสี่ยงล้มตายเป็นอันมาก ประชาชนทั้งบ้านเรือนไร่นาเพื่อหนีโรคภัย ผู้เจ็บป่วยไปไม่ไหว ก็รอวันตาย เพราะหาหมอรักษาได้ยาก บรรดาคนที่ป่วยเหล่านั้น ถึงตนไร้ญาติมิตรป่วย เมื่อถึงคราวเข้าตาจนเช่นนี้ บรรดาพุทธศาสนิกชนจะมีอะไรเป็นที่ยึดโยงกว่าพระ ท่านคนจึงพากันบนบานศาลกล่าวต่อหลวงพ่อบกให้ช่วยลูกช้างด้วย บ้างก็ขอญาติ

หลวงพ่อบก คือซื้อบูชาง นามันดบัง ดอกไม้ที่บูชาบ้าง รับมาทานมาทา บ้างก็บนบานว่า ถ้าหายแล้วจะปิตทอง บ้างก็บนบานด้วยละครและมหรสพสมโภช คนไทยบนด้วยลิละและละครแก่น บ่ายคนจีนก็บนจั่ว ล่อไก่ สิงโต ฯลฯ ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อบกเป็นเรื่องมหัศจรรย์ยิ่งนัก ภู ๆ ทำผะซึ่งแห้งแล้งอยู่นานก็เปโรปรายลงมาน้ำพาให้ปะชากบ้านแผ่นดินชุ่มชื้นโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ หายเป็นปลิดทิ้ง ชาวบ้านชาวเมืองจึงร่วมกับนายพรพทย์จัดงานฉลองสมโภชหลวงพ่อบกครั้งใหญ่เพื่อบกบน

แรกทีเดียว งานเทศกาลในเดือนนี้มี ๓ วัน คือวันขึ้น ๑๔ - ๑๕ ค่ำ และวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๒ ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๔๔๔ จึงได้จัดเพิ่มอีก ๒ วัน คือ วันขึ้น ๑๒ - ๑๓ ค่ำ เดือน ๑๒ จึงรวมทั้งสิ้น

เป็น ๕ วัน และถือปฏิบัติสืบเนื่องมาจนทุกวันนี้ ในวันขึ้น ๑๔ ค่ำ มีการแห่หลวงพ่อบกทาง วันขึ้น ๑๕ ค่ำ มีการแห่ทางน้ำ และวันแรม ๑ ค่ำ ซึ่งเป็นงานวันสุดท้าย มีการเวียนเทียนและสงฆ์นำพระสำหรับกราบแห่หลวงพ่อบกทางเรือขึ้น เดิมทีเดียวไม่มีการแห่หลวงพ่อบกทางเรือลงไปถึงตำบลท่าพลับ (โรงสีล่าง) และที่อำเภอบ้านโพธิ์ แต่เนื่องจากนายพรพทย์ผู้เป็นได้โนละครอาชีพดังกล่าว ซึ่งชาวบ้านเรียกกันว่า “ได้โนทรัพย์” ได้นำละครไปแสดงในที่ต่าง ๆ เมื่อประมาณ ๔๐ ปีมาแล้ว ได้นำละครไปแสดงที่โรงบ่อนท้ายตลาดโรงสีล่าง ตำบลท่าพลับ อำเภอบ้านโพธิ์ ขณะที่ลูกสาวได้โนทรัพย์กำลังแสดงละครอยู่ ได้มีสมัคพรพรทพของผู้มีอิทธิพลอยู่ในขณะนั้นอุ้มลูกสาวได้โนทรัพย์ไป ทั้งที่มีเครื่องละคร ได้โนทรัพย์ไม่มีทางเลือกปฏิบัติเป็นอย่างอื่น นอกจากจะหันเข้าพึ่งบารมีหลวงพ่อบก โดยบนบานว่า ถ้าได้ลูกสาวกลับคืนมาจะแห่หลวงพ่อบกมาสมโภชที่โรงสีล่าง ตำบลท่าพลับ ด้วยบุญญาภิบาลของหลวงพ่อบกสุธอร์ทันตาเห็นได้โนทรัพย์ก็ได้ลูกสาวกลับคืนมาใน ๓ วัน นับแต่นั้นมา ก็ได้มีการแห่หลวงพ่อบกสุธอร์ทางเรือมาถึงโรงสีล่าง แล้วแห่ต่อไปยังอำเภอบ้านโพธิ์ซึ่งเป็นประเพณีสืบมาจนบัดนี้...

๓. งานเทศกาลตรุษจีน จัดตามจีนหรือคติของจีน คือตั้งแต่วันขึ้น ๔ ค่ำ ปีใหม่ (ชิวอิด) ไปจนถึงวันขึ้น ๕ ค่ำ (ชิวโหงว) รวม ๕ วัน ๕ คืน ถ้าเทียบเป็นเดือนไทยก็คือราวเดือนยี่หรือเดือน ๓

ในเทศกาลตรุษจีนนี้ มีประชาชนชาวจีนไปมัสการหลวงพ่อบกกว่าปกติ แรกเริ่มเดิมที ถึงเทศกาลตรุษจีนครั้งใด ชาวจีนจะจัดงานรื่นเริงถวายหลวงพ่อบก มีจั่วล่อไก่ และเชิดสิงโต หัวหน้างานก็ทำหน้าที่ต้อนรับบริการเลี้ยงดูและจัดให้มีโรงทาน ส้มข้าวต้ม

ให้เป็นทานตลอดงาน มีอยู่ช่วงหนึ่งทั้งงานนี้ดไปหลายปี จนกระทั่งปี พ.ศ. ๒๕๐๒ คณะกรรมการจัดงาน มีนายประพันธ์ (หิวัน) เจริญรุ่งเรือง เป็นประธานพร้อมด้วยสมาชิกชาวจีน พ่อค้าข้าราชการและประชาชนจึงได้จัดให้มีงานต้อนรับเทศกาลตรุษจีนขึ้นที่วัดสุธอร์เป็นการเปิดศักราชใหม่ โดยกำหนดให้มีงาน ๕ วัน ๕ คืน มีทั้งการแห่หลวงพ่อบกเพื่อประพรมน้ำพระพุทธมนต์และอวยพรปีใหม่ในวันชิวอิด และจัดแสดงมหรสพทั้งจั่ว ลิละ และการละเล่นอื่นๆ เป็นการสมโภช งานเทศกาลตรุษจีนจึงกลายเป็นงานประจำของหลวงพ่อบกนับแต่บัดนี้เป็นต้นมา

ตลาดบ้านใหม่



ที่มา <https://www.konlongtang.com/ตลาดบ้านใหม่>

ประวัติความเป็นมา

ตลาดบ้านใหม่ เคยเป็นย่านเศรษฐกิจเก่าที่อยู่มากกว่า ๑๕๐ ปี ตั้งแต่มีกัเรียกกันว่า "ตลาดริมน้ำ" ความคับคั่งของตลาดบ้านใหม่ในอดีตมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ระบุว่า ตั้งแต่สมัยกรุง

⁴ อุดม เขียววงศ์, ตลาดเก่า 50-200 ปี, พิมพ์ครั้งที่ 1. (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ภูมิปัญญาสร้างสรรค์, 2552), หน้า 179.

ธนบุรี (พ.ศ.ศ. ๒๓๙๐-๒๓๒๕) เป็นต้นมา ได้มีชาวจีน โดยเฉพาะจีนแต้จิ๋ว เดินทางเข้ามาบ้านเราเพื่อประกอบอาชีพแถบอ่าวไทยฝั่งตะวันออกในเมืองต่าง ๆ ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ตราด จันทบุรี และบางปาลาสร้อย จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๓๕๓ เป็นยุคเฟื่องฟูของอุตสาหกรรมน้ำตาล ทำให้มีการทำไร่้อยขนาดใหญ่ ซึ่งสภาพพื้นที่อันอุดมสมบูรณ์ของที่ราบลุ่มแม่น้ำบางปะกงแห่งนี้เหมาะสมมาก และเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สะดวกเพื่อการขนถ่ายสินค้า ทำให้เมืองฉะเชิงเทราเป็นแหล่งเพาะปลูกอ้อย และเป็นแหล่งผลิตน้ำตาลขนาดใหญ่ แต่เมื่อยุคอุตสาหกรรมน้ำตาลนั้นสิ้นสุดลง พื้นที่แห่งนี้ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็นการปลูกข้าว กรมกรชาวจึงพากันรับจ้างทำงานที่โรงสีข้าว บางส่วนก็ประกอบอาชีพอื่น ๆ ตามความถนัดของแต่ละเชื้อสาย เช่น ชาวจีนแต้จิ๋วทำการค้าขายและทำโรงสี ชาวจีนฮกเกี้ยนทำสวน ชาวจีนแคะค้าขาย และเป็นช่างทองชาวจีนไหหลำ เป็นช่างไม้ และค้าขายอาหาร เป็นต้น

ต่อมา ได้เกิดเพลิงไหม้บริเวณตลาดริมน้ำครั้งใหญ่ เนื่องจากความเบียดเสียดของบ้านเรือนที่มากเกินไปจึงทำให้เพลิงลุกลามอย่างรวดเร็ว ส่วนอาคารที่เป็นปัจจุบันเป็นการสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นแทนทดแทนของเดิม โดยลักษณะของตลาด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน "ตลาดบน" และ "ตลาดล่าง" กล่าวกันว่า ขุนอินทรนภกิจ เป็นผู้ตั้งตลาดบน ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านเหนือของลำคลอง ช่างวัดเทพนิมิตไปจนถึงวัดจีนประชาสโมสร ส่วนตลาดล่างนั้นจะอยู่บริเวณริมน้ำด้านหน้าของวัดอุภัยภาติการามขุนอัยการิราวุธร์ กับ ขุนพิพิธภาณิย์กรรม คหบดีชาวจีนร่วมกันตั้งขึ้น

ขณะนั้นมีการสัญจรทางน้ำ และเกิดการค้าขายบริเวณตลาดท้องถิ่นเป็นผลให้บริเวณตลาดบ้านใหม่มีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ มีการขยายพื้นที่เพิ่มเติมบริเวณริมคลองบ้านใหม่ทางด้านใต้ เรียกว่า "ตลาดกลาง" โดยจะเชื่อมกับตลาดบนด้วยสะพานไม้ ตัวตลาดยาวต่อเนื่องไปจนถึงบริเวณที่เรียกว่า "หัวตลาด"

ตลาดบ้านใหม่ในปัจจุบัน แม้ในช่วงเวลาระยะหนึ่ง ตลาดบ้านใหม่จะเคยเจียบเหงาซบเซาไปตามวัฏจักรของกาลเวลา เพราะการลดบทบาทของเส้นทางสัญจรทางน้ำทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเริ่มน้ำค่อยเปลี่ยนแปลงไป ภายหลังเมื่อผู้นำชุมชนได้ใช้ความพยายามในการรวมกลุ่ม เพื่อพลิกฟื้นชีวิตที่เคยรุ่งเรืองของชาวตลาดบ้านใหม่ขึ้นอีกครั้ง ด้วยการสนับสนุนจากเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักกาศกลางเขต ๘ ทำให้ในวันนี้ตลาดบ้านใหม่ได้ฟื้นคืนกลับมา เหมือนเป็นพิพิธภัณ์แห่งชีวิตรอให้คนรุ่นเก่าได้รำลึกถึงความหลัง พร้อมกับให้คนรุ่นใหม่ได้มาศึกษาเพื่อร่วมภาคภูมิใจไปกับมรดกแห่งแผ่นดินของชาวตลาดบ้านใหม่ ที่จะสืบทอดต่อ ๆ กัน ไปยังคนรุ่นหลังอีกยาวนาน

วัดสมานรัตนาราม



ที่มา

<https://th.trip.com/moments/detail/chachoengsao-1447109-13279074/>

ประวัติความเป็นมา

วัดสมานรัตนาราม (ใหม่ขุนสมานเพิ่มนคร) เป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายธรรมยุติกนิกาย ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง

บ้านหนู่ที่ ๑๑ ตำบลบางแก้ว (ตำบลไผ่แสวงเดิม) อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา และใกล้กับโครงการเขื่อนหน้าบางปะกง มีเนื้อที่ตามหน้าโฉนดที่ตั้งวัด ๒๖ ไร่ ๓ งาน ๕ ตารางวา (ภายหลังปี ๒๕๕๒-๒๕๕๗ พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ ได้ทำการรวบรวมผู้มีจิตศรัทธาจัดซื้อที่ดินถวายวัดจำนวน ๗๒ ไร่ ๑ งาน ๓๖ ตารางวา)

ตามคำบอกเล่าชานของผู้เฒ่าผู้แก่สมัยนั้น เล่าสืบกันต่อกันมาว่า มีครอบครัวหนึ่งอยู่ในฐานะมั่งคั่ง เป็นคหบดี มีคนเคารพนับถือ คือ ครอบครัวท่านขุนสมานเงินประชา (เดิมชื่อจ่าย) เมื่อท่านขุนสมานเงินประชาถึงแก่กรรมแล้ว ภรรยาทั้ง ๒ ของท่านขุนสมานเงินประชา นางทิม สิบสมาน และ นางผ่อง สิบสมาน (เพิ่มนคร) พร้อมด้วย นายยี่สุน วิริยะพานิช ผู้เป็นน้องสาว (ต่อมาภายหลังได้สร้างพระปางขึ้นหน้าโบสถ์ ปัจจุบันยังปรากฏให้เห็นอยู่) มีความศรัทธาจัดสร้างวัดเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้สามีผู้ล่วงลับ จึงได้ดำเนินการสร้างวัด ปรากฏตามหลักฐาน เมื่อ พ.ศ. ๒๔๒๒ (ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.๕) ทรงเสด็จทางชลมารคผ่านมาได้ทรงแวะเยี่ยมวัดขุนสมานเงินประชา (หลวงสมาน เพิ่มนคร) และได้มีชาวบ้านผู้หนึ่งชื่อ นายเหว่า โพนสุวรรณ นำนกกรัวกินเนื้อถวาย ณ ที่วัดแห่งนี้ด้วย)

เมื่อสร้างวัดเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงได้ตั้งชื่อวัดว่า วัดใหม่ขุนสมานเพิ่มนคร เป็นวัดราษฎร์คณะสงฆ์ปกครองวัดสมัยนั้น เป็นฝ่ายมหานิกาย แต่ปกครองไม่นานนัก ผู้สร้างวัดได้ถวายพระในคณะธรรมยุต มีพระครูสุวิปัญญานันท์ (อ่อน เทวนิโท) เป็นประธานสงฆ์ในการรับถวายนี้ ชาวบ้านโดยทั่วไปมักเรียกวัดนี้ว่า “วัดนางทิม นาง

ผ่อง เพิ่มนคร ใหม่ขุนสมาน” ต่อมาสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส เสด็จออกตรวจสั่งสมณฑลทางเรือตามลำแม่น้ำบางปะกง พระองค์ได้ขึ้นทรงเยี่ยมวัด ทรงเห็นป้ายชื่อวัดว่าไม่สอดคล้องกับตำบลไผ่แสวง พระองค์จึงทรงพระทานนามวัดเสียใหม่ว่า “วัดไผ่แสวง” เพื่อให้สอดคล้องกับตำบลดังกล่าว ครั้นเวลาล่วงเลยมานานหลายสิบปี ทางราชการได้ยุบตำบลไผ่แสวงไปรวมกับตำบลบางแก้ว เมื่อเป็นเช่นนี้ มีพระเถระผู้ใหญ่พร้อมด้วยภิกษุสามเณรชาวบ้านอุบาสกอุบาสิกาต่างก็มีความเห็นพ้องกันว่า สมควรที่จะเปลี่ยนชื่อวัดเสียใหม่ คือให้มีความ “สมาน” เพราะเป็นตระกูลที่สร้างวัด และคำว่า “แก้ว” เพื่อให้สอดคล้องกับตำบล จึงขออนุญาตทางราชการตั้งชื่อวัดเสียใหม่ว่า “วัดสมานรัตนาราม” มาจนทุกวันนี้

บรรณานุกรม

- Cohen, E. (1985). The tourist [guide](#) The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Routledge.
- Garrod, B., & [Exall](#), A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- [Mossaddeq](#), G. (1996). Mindful visitors Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376-397.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Learning for fun [The](#) unique contribution of educational tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, 18(1), 23-36.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2014). *Heritage Tourism*. Routledge.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). *Tour guiding research Insights, Issues and Implications*. Channel View Publications.

ภาคผนวก ค
หนังสือนำ



ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)
กราบนมัสการ พระครูสุตธรรมมาภรณ์, ผศ.ดร. รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงกราบนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

กราบนมัสการด้วยความเคารพอย่างสูง

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

นมัสการ พระครูสิริวิริยธาดา ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงน้อมสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

นมัสการด้วยความเคารพ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นางนุชนาถ ธงทองทิพย์ วัดโสธรวราราม วรวิหาร

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นายกิจจา คงเจริญ กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๕๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นางพวงผกา วิมลภักตร์ วัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน หรือผู้แทน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน หรือผู้แทน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน อาจารย์วิชิตพงศ์ มณีนันทวัฒน์ รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปะวัฒนธรรมและท้องถิ่น

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)
เรียน นายสรพงษ์ สุรพิพิธ คณะกรรมการ ชมรมรักตลาดบ้านใหม่” ฝ่ายประชาสัมพันธ์

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นางสาวสุภัทสร ประภาเลิศ ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นางนุชนาถ ธงทองทิพย์

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นางสาวธารทิพย์ สุบิน

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙

ที่ พิเศษ/๒๕๖๘



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร
๑๕๘ ถ.ศรีโสธร ต.หน้าเมือง
อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
๒๔๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

เรียน นายมานิช เถาว์เพ็ง

ด้วยข้าพเจ้า นายพรภิรมย์ ยอดบุญ และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๕๐๙ ชั้น ๕ อาคารพระพรหมคุณาภรณ์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ต่อไป

เรียนมาด้วยความนับถือ

(นายพรภิรมย์ ยอดบุญ)

หัวหน้าแผนงานวิจัย

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)
 โครงการวิจัยย่อยที่ ๑ เรื่อง กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน
 ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 วันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป
 ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่	ชื่อ นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
๑	พระครูสุตธรรมาภรณ์, ผศ.ดร.	รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๒	พระครูสิริวิริยธาดา	ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๓	นางพวงผกา วิมลภักตร์	ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๔	นางสาวสุนทรี เจียสุวรรณ	ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๕	อาจารย์ธเนศ ศิริพัลลภ	รองคณบดี ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์	
๖	อาจารย์วัชรพงศ์ มณีนันทวัฒน์	รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและท้องถิ่น	
๗	นางนุชนาถ ธงทองทิพย์	วัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๘	นายสรพงษ์ สุรพิพิธ	คณะกรรมการชมรมรักษาดูแลบ้านใหม่ฝ่ายประชาสัมพันธ์	
๙	นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม	
๑๐	นายมานิช เถาว์เพ็ง	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม	
๑๑	คุณธารทิพย์ สุบิน	ตัวแทนจากตลาดบ้านใหม่	
๑๒	คุณสุภัตสร ประภาเลิศ	นอว.อ.บ้านนาใหม่	
๑๓			
๑๔			



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

โครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน

ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน

ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป

ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่	ชื่อ นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
๑	พระครูสุตธรรมาภรณ์, ผศ.ดร.	รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๒	พระครูสิริวิริยธาดา	ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๓	นางพวงผกา วัฒนภักตร์	ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๔	นางสาวสุนทรี เจียสุวรรณ	ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๕	อาจารย์ธนเทพ ศิริพิลลภ	รองคณบดี ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์	
๖	อาจารย์วิชพงศ์ มณีนันทวัฒน์	รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปะวัฒนธรรมและท้องถิ่น	
๗	นางนุชนาถ ธงทองทิพย์	วัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๘	นายสรพงษ์ สุรพิพิธ	คณะกรรมการชมรมรักษะตลาดบ้านใหม่ฝ่ายประชาสัมพันธ์	
๙	นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม	
๑๐	นายมานโซ เกาว์เพ็ง	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม	
๑๑	คุณธราทิพย์ สุนิน	ตัวแทนจากตลาดบ้านใหม่	
๑๒	คุณสุภัสสร ประภาเลิศ	๒๖๔. ๕๓๕๐๖๗๗๗๗	
๑๓			
๑๔			



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)
 โครงการวิจัยย่อยที่ ๓ เรื่อง การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน
 ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 วันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป
 ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่	ชื่อ นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
๑	พระครูสุตธรรมาภรณ์, ผศ.ดร.	รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา	
๒	พระครูสิริวิริยธาดา	ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๓	นางพวงผกา วัฒนภักตร์	ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ฉะเชิงเทรา	
๔	นางสาวสุนทรี เจียสุวรรณ	ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา	
๕	อาจารย์ธเนศ ศิริพัลลภ	รองคณบดี ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์	
๖	อาจารย์วิชิตพงศ์ มณีนันทวัฒน์	รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปวัฒนธรรม และท้องถิ่น	
๗	นางนุชนาถ ธงทองทิพย์	วัดโสธรวราราม วรวิหาร	
๘	นายสรพงษ์ สุรพิพิธ	คณะกรรมการชมรมรักษตลาดบ้านใหม่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์	
๙	นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมาน รัตนาราม	
๑๐	นายมานิช เถาว์เพ็ง	กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมาน รัตนาราม	
๑๑	คุณธาทิพย์ สุบิน	ตัวแทนจากตลาดบ้านใหม่	
๑๒	คุณสุภัสสร ประภาเลิศ	วอ. ๖. ๖.๖๖๖ ๖.๖๖๖	
๑๓			
๑๔			

ภาคผนวก ง
ภาพประกอบ





















ภาคผนวก จ
การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์:

- ☒ ด้านวิชาการ
☐ ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์/อุตสาหกรรม
☒ ด้านสังคม/ชุมชน
☐ ด้านนโยบาย

หน่วยงานร่วมดำเนินการและการบริหารจัดการ:

ประเภท	ชื่อหน่วยงาน	โทรศัพท์	หนังสือยินยอม	จัดการ
-	-	-	-	-

ประโยชน์ที่ได้จากการร่วมมือกับภาคเอกชน:

- ☐ พัฒนาบุคลากร
☐ ถ่ายทอดองค์ความรู้
☐ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และถ่ายทอดเทคโนโลยี
☐ อื่น ๆ (กรุณาอธิบาย)

หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์:

- ๑) วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๒) วัดโสธรวราราม วรวิหาร
 ๓)
 ๔)

รายละเอียดการใช้ประโยชน์:

๑. วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร สามารถนำกระบวนการและผลการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาสังคมศึกษา ในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง นำผลการศึกษาไปสะท้อนข้อมูลในพื้นที่ศึกษา เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
๒. วัดโสธรวราราม วรวิหาร นำการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแหล่งข้อมูลความรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวผ่านเพจ Facebook ของทางวัดโสธรวราราม วรวิหาร และนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและศักยภาพการท่องเที่ยวภายในวัด



การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of Creative Media to Promote Cultural Tourism Among Youth in Chachoengsao Province

¹พรภิรมย์ ยอดบุญ ²พระพรหมพิริยะ มาลย์รักษ์ และ ³दनัย ทองบุญมา

¹Pornpirom Yodboon ²Phra Phompiriya Malailak and ³Danai Tongboonma

^{1,2,3}วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

^{1,2,3}Buddhasothorn Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

Email: pornpirom.yod@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเยาวชน และ (3) เพื่อเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (R&D) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว 400 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้นำชุมชน รวม 21 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง และสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิ 11 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย การสำรวจและรวบรวมข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ และการตลาด การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามและประเมินผล และการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ประกอบด้วย การวางแผนและเตรียมการ การสำรวจและประเมินสถานที่ การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ และการติดตามและประเมินผล

3. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่าย ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่ง

เรียนรู้ การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; เยาวชน

Abstract

This research aims to (1) study the process of developing a database and the potential for promoting cultural tourism, (2) develop creative media to enhance youth tourism, and (3) strengthen learning centers and cultural tourism networks in Chachoengsao Province. The study employs the Research and Development (R&D) methodology. The sample group consists of 400 tourists and 21 key informants from government agencies, the private sector, and community leaders, selected through purposive sampling. Additionally, a focus group discussion was conducted with 11 experts. Research instruments include questionnaires and in-depth interviews. Quantitative data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation, while qualitative data were analyzed through content analysis and descriptive interpretation.

The research findings reveal that:

1. The process of developing a database and enhancing the potential for promoting cultural tourism includes data collection and surveying, the development of a digital database, infrastructure and facility improvements, the promotion of cultural tourism activities, public relations and marketing efforts, collaboration with communities and related organizations, monitoring and evaluation, and sustainable conservation and development.
2. The development of creative media for promoting cultural tourism among youth involves planning and preparation, site surveying and assessment, historical and cultural research, youth training and media production planning, media production and filming, media review and dissemination, and monitoring and evaluation.
3. The strengthening of learning centers and networks includes assessing the current status of learning centers, developing training manuals for learning center enhancement, conducting workshops for learning center development, documenting

best practices and mapping learning centers, improving cultural tour guide skills, and establishing a sustainable network.

Keywords: Creative Media; Cultural Tourism; Youth

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนและระดับประเทศ (Richards, G., 2018) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งโบราณสถาน ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิต ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Asset) เพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (UNESCO, 2021) แต่การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่มีศักยภาพในการเป็นสื่อกลางในการสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่สาธารณชน (Throsby, D., 2019)

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดที่โดดเด่นทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม และอัตลักษณ์วิถีชุมชน ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (1) วัดโสธรวราราม วรวิหาร ศาลหลักเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา ป้อมกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา/สวนมรุพงษ์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ตลาดโบราณนครเนื่องเขต เขื่อนทดน้ำบางปะกง วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ วัดสมานรัตนาราม (2) วัฒนธรรมประเพณี (1) ประเพณีแห่หลวงพ่อบุญรอด (2) การแข่งเรือ (3) งานสักการะพระยาศรีสุนทรโวหาร (4) ประเพณีทำบุญล้อมบ้าน (พิธีกรรมฮีบ้านของชาวไทพวน อำเภอนมสารคาม) (5) ประเพณีบุญข้าวหลามหรืองานเผาข้าวหลาม (6) ประเพณีวันกตัญญูต่อสายน้ำ อำเภอบ้านโพธิ์ และ (7) ประเพณีบุญบั้งไฟ อำเภอบางปะกง เป็นต้น (กองแผนและงบประมาณ, 2562) ซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเหมาะแก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างดี ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศที่มีทั้งแม่น้ำบางปะกงและป่าไม้สมบูรณ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน ลักษณะเมืองวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่ายของชุมชนเก่าแก่ ความศรัทธาของประชาชนที่มีต่อหลวงพ่อบุญรอดที่ศักดิ์สิทธิ์ วัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาดั้งเดิม กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบกับจังหวัดฉะเชิงเทรามีกลุ่มเยาวชนอาสาที่มีพลังในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น แต่

ขาดสื่อที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเยาวชนเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่น (Smith, M. K., 2020)

เยาวชนถือเป็นกลุ่มประชากรที่มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว การให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) และสร้างเครือข่ายในการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านช่องทางดิจิทัลที่เยาวชนคุ้นเคย (Throsby, D., 2019) ตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จ เช่น โครงการ “เยาวชนสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน” ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลการวิจัยของ UNESCO (2021) ระบุว่า โครงการลักษณะนี้สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมได้ถึง 40%

จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา จะสามารถเพิ่มผลผลิต/รายได้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์ และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำ และส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่มีจิตสำนึกรักบ้านเกิด รับผิดชอบต่อคุณค่าและสืบสานภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้คงอยู่ตลอดไป

บทความนี้นำเสนอผลการศึกษาที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของเยาวชน ตลอดจนเป็นแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและทันสมัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีความยั่งยืนต่อไป อีกทั้งยังช่วยเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

3. เพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมถึงโบราณสถาน วิถีชีวิต และศิลปกรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจและเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2006)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2017) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น ประเทศไทย อินเดีย และอิตาลี นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบ (Responsible Tourism)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Potential) หมายถึงความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Gunn, 1994) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวพิจารณาจากปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural and Historical Value) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Facilities and Services) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์

สื่อสร้างสรรค์ (Creative Media) เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรม ซึ่งรวมถึง เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR, แพลตฟอร์มออนไลน์, และแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว (Manovich, 2001) การใช้สื่อสร้างสรรค์ในภาคการท่องเที่ยวช่วยทำให้ประสบการณ์การเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Jenkins, 2006)

การศึกษาของ Richards (2011) พบว่า การใช้สื่อดิจิทัลในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของ Tourism 4.0 ซึ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการท่องเที่ยว

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้

การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning) เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนได้รับความรู้ผ่านการลงมือทำ (Kolb, 1984) ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ผ่าน สื่อมัลติมีเดีย แอปพลิเคชัน และ VR (Falk & Dierking, 2013)

การศึกษาของ Ritchie et al. (2011) พบว่า การใช้ Interactive Media ในพิพิธภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวสามารถช่วยให้เยาวชนเข้าใจวัฒนธรรมได้ดีขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

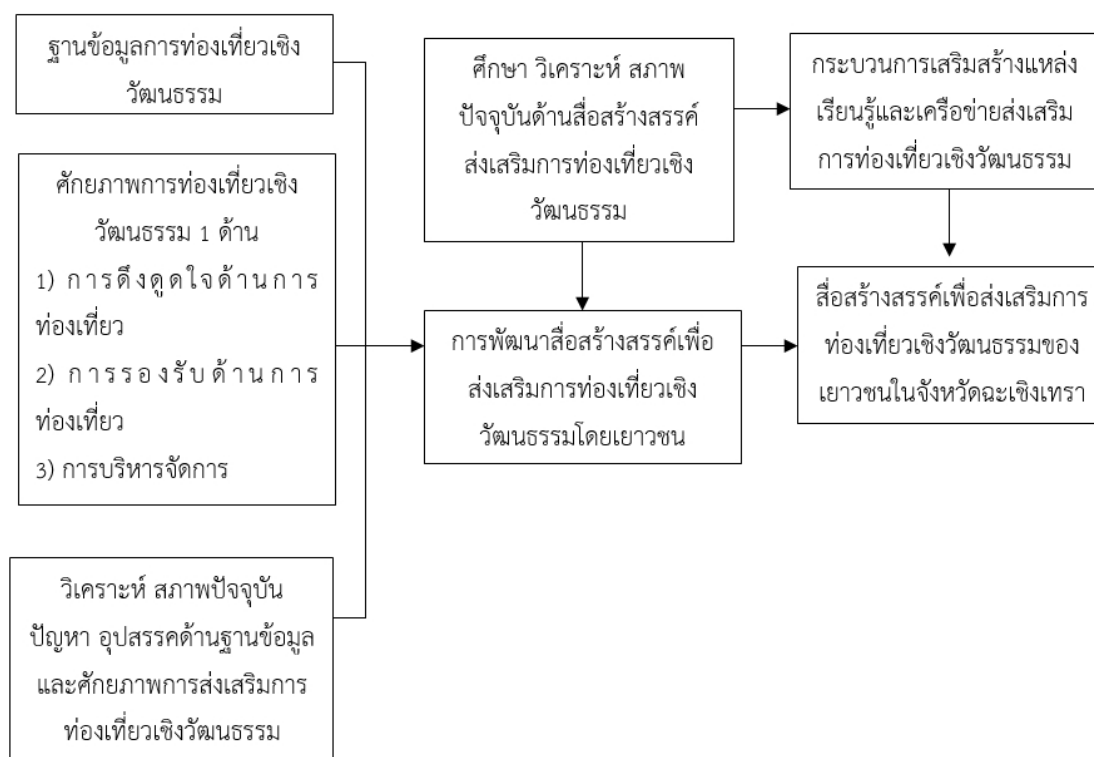
เครือข่ายการท่องเที่ยว (Tourism Network) เป็นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Scott et al., 2008)

Porter (1990) เสนอว่า เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากร

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีช่องว่างของความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาในหลายประเด็น ได้แก่ บทบาทของสื่อสร้างสรรค์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัล ต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว แนวทางการออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อพัฒนาการเรียนรู้และการตลาดด้านการท่องเที่ยว การใช้ Social Media และ AI ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จะช่วยเติมเต็มช่องว่างของความรู้โดยการศึกษาสื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยเสริมสร้างศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา แล้วนำมาวิเคราะห์ ประมวลองค์ความรู้ได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) เพื่อประกอบการศึกษาตามโครงสร้างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) พื้นที่วิจัย คือ วัดโสธรวราราม วรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 470,647 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยมีการคำนวณขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดของทาร์ ยามาเน (Taro Yamane, 1973) คำนวณกลุ่มตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth interview) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ 7 รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 21 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (Creswell, J. W., 2013) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 6 คน ตัวแทนกลุ่มนักวิชาการ จำนวน 2 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ 3) การสนทนากลุ่ม รวบรวมข้อมูลด้วย

ตนเอง ระหว่างเดือน ตุลาคม 2566 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2568 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วย สถิติด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัย เอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน จังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและสังเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 8 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และ วัดสมานรัตนาราม โดยเก็บข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล เป็นการจัดระบบข้อมูลที่รวบรวมได้ จัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ และพัฒนาฐานข้อมูลกลางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสร้างเว็บไซต์รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มฟังก์ชันแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง คิวอาร์โค้ด (QR Code) ในจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก

ขั้นตอนที่ 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เน้นการพัฒนาพื้นที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการข้อมูล และจัดทำป้ายสื่อความหมายในหลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พร้อมทั้งจัดการสิ่งแวดล้อมให้สวยงามและสะอาด

ขั้นตอนที่ 4 การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งจัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลวัฒนธรรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังออกแบบเส้นทางทัวร์เชิงวัฒนธรรม และจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อย (Youth Guide) เพื่อให้บริการข้อมูลและนำเที่ยว

ขั้นตอนที่ 5 การประชาสัมพันธ์และการตลาด ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), ตี๊กต็อก (TikTok) และ ยูทูบ (YouTube) เพื่อสร้าง

เนื้อหาที่น่าสนใจ และจัดแคมเปญการตลาด เช่น “เที่ยวแปดริ้ว สัมผัสวัฒนธรรมไทย” รวมถึงการร่วมมือกับบริษัททัวร์และโรงแรมในการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ฝึกอบรมทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบติดตามจำนวนนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และเก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 8 การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ธรรมชาติและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาอาคารและศิลปกรรมดั้งเดิม และสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนวิถีชีวิตของชุมชน

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด พร้อมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

ตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนและเตรียมการ เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดแนวทางและโครงสร้างของการทำงานทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกทีมเยาวชน การจัดแบ่งหน้าที่ในทีม และการกำหนดเป้าหมายของสื่อ

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจและประเมินสถานที่ เป็นขั้นตอนสำคัญในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อที่สื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อสร้างสรรค์มีความลึกซึ้งและถูกต้อง เน้นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและการสัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 4 การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ทีมงานมีทักษะและความรู้เพียงพอในการสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพและตรงตามเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ เป็นการนำแผนการผลิตมาสู่การปฏิบัติจริง โดยเน้นการใช้เทคนิคต่างๆ ในการถ่ายทำและการตัดต่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพสูง

ขั้นตอนที่ 6 การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อมีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการวัดประสิทธิภาพของสื่อ และนำข้อคิดเห็นมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการในอนาคต

สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ เป็นการเตรียมเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ลงพื้นที่สำรวจแหล่งเรียนรู้เป้าหมาย เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ เป็นการรวบรวมข้อมูลและแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ออกแบบเนื้อหาและโครงสร้างคู่มือ จัดทำคู่มือในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของคู่มือ เผยแพร่และแจกจ่ายคู่มือให้กับผู้เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ เป็นการวางแผนการจัดอบรม จัดทำเนื้อหาการอบรม ครอบคลุมทักษะที่จำเป็น ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประเมินผลการอบรม สรุปผลการอบรมและจัดทำรายงานการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 4 การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ เป็นการเก็บข้อมูลจากการดำเนินกิจกรรมและอบรม ถอดบทเรียนจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบุจุดเด่นและ

ปัญหาของแหล่งเรียนรู้ จัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ (Learning Map) โดยใช้เครื่องมือดิจิทัล และเผยแพร่แผนที่ให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยว

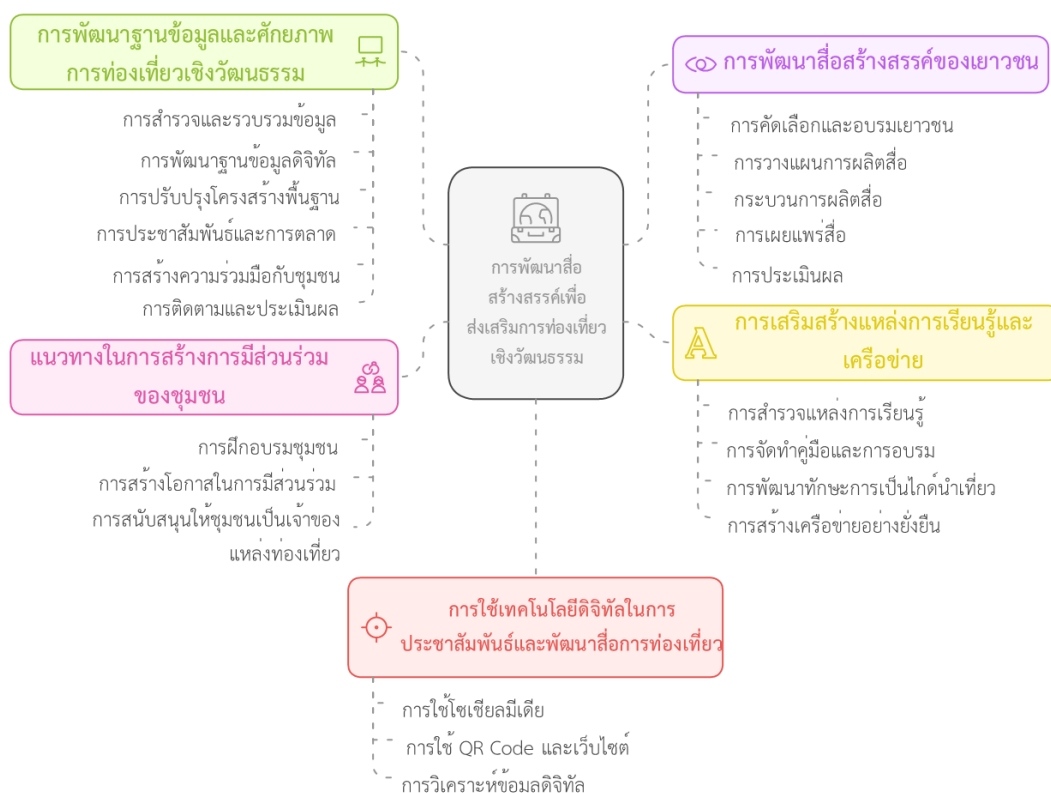
ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการคัดเลือกบุคลากรหรือชาวบ้านที่สนใจเป็นไกด์นำเที่ยว จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในการเป็นไกด์ ฝึกปฏิบัติการนำเที่ยวจริงในพื้นที่ และจัดทำคู่มือการเป็นไกด์เชิงวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 6 การรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน เป็นการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน วัด หน่วยงานท้องถิ่น และภาคเอกชน จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย และพัฒนากลไกการทำงานร่วมกันในเครือข่าย

สรุปได้ว่า กระบวนการทั้งหมดนี้เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้แหล่งเรียนรู้ในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

องค์ความรู้ใหม่

จากแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยี สื่อสร้างสรรค์ และเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน โดยองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยว การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของเยาวชน และการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่

อภิปรายผลการวิจัย

จากแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถนำอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด นอกจากนี้ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของนฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน (2562) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้นั้น จะต้องเน้นการพัฒนาด้านองค์ความรู้ และการศึกษา โดยมี

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ เช่น การอบรม ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณี และสามารถที่สืบค้นได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ประเด็นถัดมาจะต้องเน้นการพัฒนาด้านการสร้างสรรค์ผลงาน ให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือประเพณีและเป็นผลงานที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ และต้องพัฒนาด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ มีการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ และสอดคล้องกับบรรทัดฐาน บัณฑิต และปรัชญาการณ ไซคช (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศ ไทย ระยะที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนที่มีคุณสมบัติและความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 355 ชุมชนทั่วประเทศ โดยให้ชุมชนเป็นผู้กรอกข้อมูลชุมชนด้วยตัวเอง ผ่านระบบ ฐานข้อมูลที่ได้รับการออกแบบ การทำงานในลักษณะของ Cloud Platformเลือกใช้ฐานข้อมูลเป็น NoSQL แทน Relational Database ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับข้อมูลขนาดใหญ่ งานผ่าน Internet หรือ 4G และสามารถเปิดใช้ได้ตลอดโดย บนมือถือคอมพิวเตอร์ PCหรือ Tablet

2. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัด ะเชิงเทรา พบว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน จังหวัดะเชิงเทราถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้น เศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อและใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของธนาวิ ปิ่นประชาพันธ์ (2564) ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโวญ ในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ควรพัฒนาทรัพยากรบุคคล ปรับปรุงระบบ สารสนเทศ และจัดกิจกรรมที่นำเสนอวิถีชีวิตดั้งเดิม ชุมชนสงกาวัว พบว่า ควรจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และสอดคล้องกับกรรณก นิลคำ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติ พันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์พบว่า มี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแถบตะวันตกและชาวไต้หวันมาท่องเที่ยวมากกว่าชาวไทย โดยนักท่องเที่ยว ทั้งสองกลุ่มมีจุดประสงค์เพื่อต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีคนชาติพันธุ์หลากหลายชนเผ่า จึงมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและ ชาติพันธุ์สูง ซึ่งชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวทั้งพักค้างคืนและไม่ค้างคืน ผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวและมา ด้วยตัวเองในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวด้วยตัวเองโดยแวะเป็นทางผ่าน เพื่อไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยพบปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือ นักท่องเที่ยวมิได้มี ความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว เพียงแต่เป็นทางผ่านเท่านั้น วิธีการดำรงชีวิตประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม

เปลี่ยนแปลงไป ขาดการสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชาติพันธุ์ อีกทั้งพบว่า มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่คล้ายกัน ตลอดจนขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักจากหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่น

3. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูล การบูรณาการระหว่างการพัฒนาฐานข้อมูล การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเมษธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาติ สุกุลวานิชเจริญ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไผ่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย ผลการวิจัยว่า ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของตนเอง และชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับวิลาสินี ธนพิทักษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการพบว่า (1) ชุมชนศึกษาเรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจวางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) และสร้างเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง (2) ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิต และสามารถเป็นต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

สรุป

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูล: การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบและใช้เทคโนโลยีช่วยให้ข้อมูลท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายและถูกต้อง สื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชน การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสร้างสื่อช่วยเพิ่มการรับรู้และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เครือข่ายและแหล่งเรียนรู้ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการใช้เทคโนโลยีช่วยให้การท่องเที่ยววัฒนธรรมมีความยั่งยืน บทความนี้ให้แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีความยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของเยาวชนและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มฐานข้อมูลกลางที่สามารถรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบ เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนให้เป็นเครือข่ายเดียวกันเพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนให้เยาวชนมีบทบาทในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดทำวิดีโอรีวิว สารคดี หรือบทความออนไลน์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสม เช่น โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการออกแบบเนื้อหาให้มีลักษณะดึงดูดและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Storytelling หรือการนำเสนอแบบอินเทอร์แอคทีฟ

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ พัฒนาศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้ และสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดเทศกาล การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรศึกษาการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.2 ควรศึกษาบทบาทของเยาวชนในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.3 ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารอ้างอิง

กรกนก นิลดำ และคณะ. (2562). แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 14(1), 220-237.

- กองแผนและงบประมาณ. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. 2561 – 2565)*. องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา.
- ธนาวดี ปิ่นประจักษ์. (2564). *การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรุกรลาโวจในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่* (รายงานการวิจัย). คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราวดี บัวขวัญ และปรัชญากรณ์ ไชยคช. (2562). *การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ 2* (รายงานการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน. (2562). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์* (รายงานการวิจัย). คณะเทคโนโลยีการเกษตร: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เมธธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชดา สกลวานิชเจริญ. (2565). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไต่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(1), 1-25.
- วิลาสินี ธนพิทักษ์. (2564). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง*. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(2), 28-38.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา. (2566). *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เดือนกันยายน 2566*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/chachoengsao/download/article/article_20231102143853.jpg
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The museum experience revisited* (2nd ed.). London: Routledge.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.), SAGE Publications.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (3rd ed.). Washington, D.C.: Taylor & Francis.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Free Press.
- Richards, G. (2011). *Cultural tourism: Global and local perspectives* (2nd ed.). London: Routledge.
- Ritchie, J. R. B., Tung, V. W. S., & Ritchie, R. J. B. (2011). Tourism experience management research: Emergence, evolution, and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438.
- Scott, N., Cooper, C., & Baggio, R. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row,
- Throsby, D. (2019). *Cultural Economics and the Creative Economy*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2006). *Cultural tourism and sustainable development*. Paris: UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2021). *Re/Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO Publishing.
- UNWTO. (2017). *Tourism and culture synergies*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) ดร.พรภิรมย์ ยอดบุญ
ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Dr. Pornpirom Yodboon
๒. ตำแหน่ง อาจารย์
๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐๙ ๔๐๐๙ ๖๔๘๙
E-mail: pornpirom.yod@mcu.ac.th

๔. ประวัติการศึกษา

- ๔.๑ สำเร็จการศึกษาเปรียญธรรม ๗ ประโยค สำนักเรียนวัดโสธรวราราม จังหวัดฉะเชิงเทรา พ.ศ. ๒๕๕๒
- ๔.๒ ปริญญาตรี พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา (พธ.บ.) ห้องเรียนวัดโสธรวราราม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๕๓
- ๔.๓ ปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา (ศษ.ม.) มหาวิทยาลัยปทุมธานี พ.ศ. ๒๕๕๔
- ๔.๔ ปริญญาเอก ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา (ค.ด.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๓

๕. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

- ๕.๑ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการบริหารร่างกายที่เหมาะสมสำหรับพระสงฆ์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)
- ๕.๒ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของพระสงฆ์ในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)
- ๕.๓ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารและเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับพระภิกษุ-สามเณรในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)
- ๕.๔ ผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวพระพุทธศาสนาของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร)

ประวัติผู้ร่วมวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์)
 ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Phra Phompiriya Thavaro (Malailak)
 ๒. ตำแหน่งวิชาการ อาจารย์
 ๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ ๑๕๘ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถนนศรีโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐ โทรศัพท์/โทรสาร ๐๓๘-๘๒๐๙๑๖
 มือถือ ๐๙ ๔๙๘๐ ๓๒๕๘ E-mail:

๔. ประวัติการศึกษา

- ๔.๑ สำเร็จการศึกษา (วุฒิปริญญา) น.ธ. เอก
 ๔.๒ ปริญญาตรี พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา (พธ.บ.) วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๕๗
 ๔.๓ ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา (พธ.ม.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๐
 ๔.๔ ปริญญาเอก ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา (ค.ด.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๗

๕. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

- ๕.๑ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการบริหารร่างกายที่เหมาะสมสำหรับพระสงฆ์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)
 ๕.๒ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการขยะที่เหมาะสมของวัดในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)
 ๕.๓ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง “รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร)
 ๕.๔ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในรายวิชาการสอนสังคมศึกษา สำหรับนิสิตสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)

ประวัติผู้ร่วมวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) นายदनัย ทองบุญมา
 ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Mr. Danai Thongbunma
 ๒. ตำแหน่งวิชาการ อาจารย์
 ๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ ๑๕๘ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถนนศรีโสธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๓๘๘๒ ๐๙๑๖, มือถือ ๐๘ ๓๕๑๙ ๙๖๑๕ E-mail: danai-1987@hotmail.com

๔. ประวัติการศึกษา

- ๔.๑ ปริญญาตรี พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาสังคมศึกษา (พร.บ.) วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๕๗
 ๔.๒ ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา (พร.ม.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๕๘
 ๔.๓ ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา (พร.ม.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๐

๕. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

- ๕.๑ ผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง “รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร)
 ๕.๒ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นของเยาวชนต่อโครงการจิตอาสา : กรณียศาค่ายเยาวชน คนกล้าดีศรีแปดริ้ว วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย”. วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (แหล่งทุน วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร)