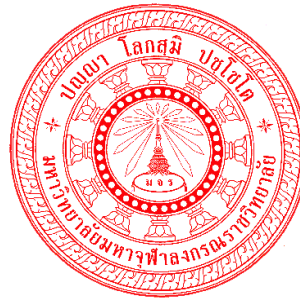




รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of creative media to promote cultural tourism
by youth in Chachoengsao Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

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

โดย

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) ดร.

ดร.ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา

พระมหาภูมิพัฒน์ ญาณวุฑฺโฒ (คำมี)

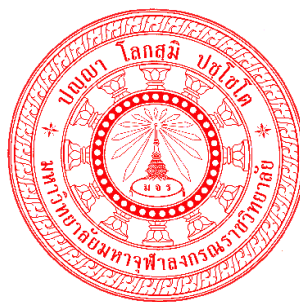
ดร.สิทธิกร พันศิริ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800767019



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน

ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of creative media to promote cultural tourism
by youth in Chachoengsao Province

โดย

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) ดร.

ดร.ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา

พระมหาภูมิพัฒน์ ญาณวุฑฺโฒ (คำมี)

ดร.สิทธิกร พันศิริ

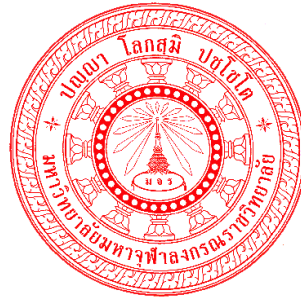
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

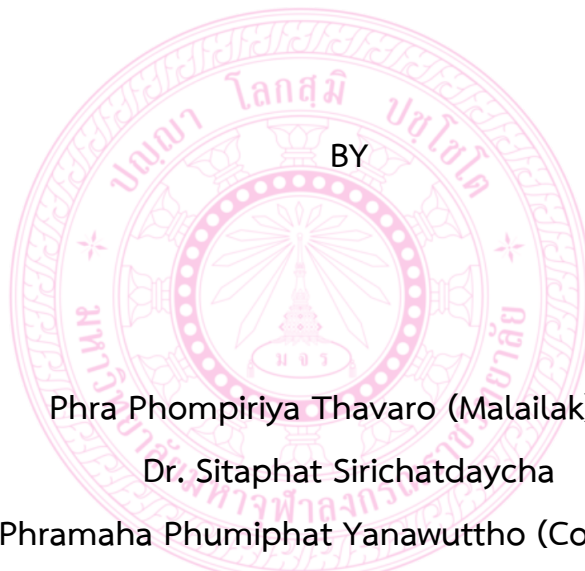
MCU RS 800767019

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Development of creative media to promote cultural tourism
by youth in Chachoengsao Province



BY

Phra Phompiriya Thavaro (Malailak) Dr.

Dr. Sitaphat Sirichatdaycha

Phramaha Phumiphat Yanawuttho (Commee)

Dr. Sitthikhorn Phunsiri

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Buddhasothorn

Buddhist College

B.E. 2567

Research Project Funded by

Thailand Science Research and Innovation

MCU RS 800767019

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
ผู้วิจัย:	พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) ดร., ดร.ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา, พระมหาภูมิพัฒน์ ญาณวุฑโฒ (คำมี), ดร.สิทธิกร พันศิริ
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๗
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

บทคัดย่อ

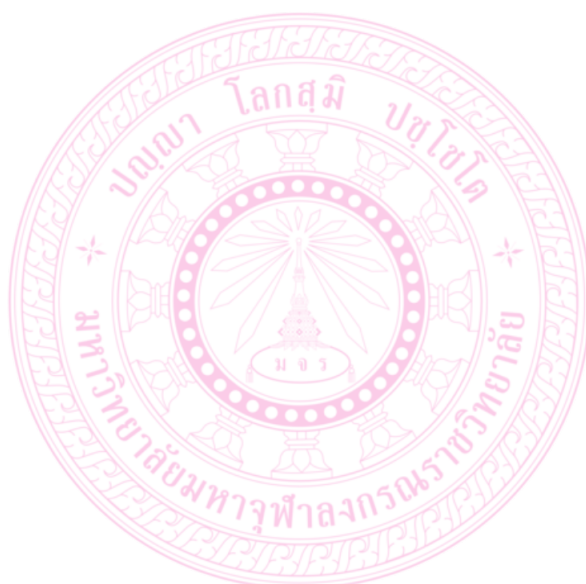
การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (2) พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และ (3) เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ รวมถึงการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ตัวแทนชุมชน นักท่องเที่ยว และเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมทั้งสิ้น 287 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในปัจจุบันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามี 4 ประเภทหลัก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อดิจิทัล และสื่อจดหมาย โดยสื่อดิจิทัล เช่น วิดีโอออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโปสเตอร์ ยังคงมีความสำคัญสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม สำหรับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เยาวชนมีบทบาทสำคัญในการออกแบบและผลิตสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีการสร้างสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอคลิปที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาเชิงดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ การทำงานร่วมกับชุมชนทำให้เยาวชนสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้สื่อที่ผลิตออกมามีความถูกต้องและน่าสนใจมากขึ้น ส่วนกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว การออกแบบและทดลองใช้สื่อ การเก็บข้อมูลและปรับปรุง และการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เหมาะสม จากการประเมินความพึงพอใจ

ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าสื่อที่พัฒนาโดยเยาวชนได้รับการตอบรับในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านความน่าสนใจและประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้คือ ควรมีการสนับสนุนให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนในการส่งเสริมและพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการขยายช่องทางการเผยแพร่สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เยาวชน



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

Researchers: Phra Phompiriya Thavaro (Malailak)Dr,Dr. Sitaphat Sirichatdaycha ,Phramaha Phumiphat Yanawuttho (Commee), Mr. Sitthikorn Phansiri

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Buddhasothorn Buddhist College

Fiscal Year: 2567/2024

Research Scholarship Sponsor: Science, Research, and Innovation Promotion Fu

ABSTRACT

This study aims to (1) examine and analyze the current state of creative media used to promote cultural tourism in Chachoengsao Province, (2) develop creative media that supports cultural tourism by youth in Chachoengsao Province, and (3) propose a development process for creative media in promoting cultural tourism. The research employs a mixed-methods approach, integrating both qualitative and quantitative methodologies, including research and development (R&D). The study's sample consists of 287 participants, including experts, government officials, community representatives, tourists, and youth from Chachoengsao Province. Research tools include questionnaires, in-depth interviews, and focus group discussions.

The findings indicate that there are four main types of creative media currently used to promote cultural tourism in Chachoengsao Province: print media, electronic media, digital media, and letter-based media. Among these, digital media, such as online videos and social media platforms, is the most popular due to its ability to reach target audiences quickly and widely. However, print media, including brochures and posters, remains relevant for certain groups of tourists. In developing creative media, youth play a crucial role in designing and producing media that reflects the cultural identity of Chachoengsao Province. Various forms of media have been developed, such as video clips showcasing key tourist attractions, promotional

brochures, and digital content distributed through online platforms. Collaboration with local communities enables youth to access in-depth information about cultural and historical sites, ensuring that the produced media is both accurate and engaging. The creative media development process derived from this research consists of identifying tourist needs, designing and testing media, collecting feedback for improvement, and disseminating the media through appropriate channels. The evaluation of audience satisfaction revealed a high level of acceptance for the youth-developed media, particularly in terms of attractiveness and effectiveness in promoting tourism. The study suggests that continuous support should be provided to encourage youth participation in creative media development. Additionally, collaboration between government agencies and local communities should be strengthened to enhance and expand media outreach to diverse target audiences for cultural tourism promotion.

Keywords: Creative Media, Cultural Tourism, Youth



สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญแผนภาพ.....	ณ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ คำถามการวิจัย.....	๖
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๗
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย.....	๗
๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	๘
๑.๖ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	๙
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๑๐
๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๑๐
๒.๒ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	๒๒
๒.๓ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์.....	๒๔
๒.๔ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	๒๗
๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๓๔
๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๓๘
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๓๙
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๓๙
๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๔๐
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๔๓
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๔๙
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๕๑
๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๕๒

บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๕๓
๔.๑ ผลการศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๕๔
๔.๒ ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๗๕
๔.๓ ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๙๙
๔.๔ องค์ความรู้ในการวิจัย.....	๑๐๔
บทที่ ๕ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	๑๐๗
๕.๑ สรุปผลการศึกษา.....	๑๐๗
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๑๑
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๑๕
บรรณานุกรม.....	๑๑๖
ภาคผนวก.....	๑๒๒
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์.....	๑๒๓
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๒๖
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๑๖๑
ภาคผนวก ง รูปภาพกิจกรรมดำเนินการวิจัย.....	๒๑๑
ภาคผนวก จ การรับรองการนำไปใช้ประโยชน์.....	๒๖๗
ภาคผนวก ฉ บทความวิจัย.....	๒๗๐
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	๒๙๐

สารบัญตาราง

ตารางที่.....	หน้า.....
ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ.....	๕๔
ตารางที่ ๔.๒ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	๕๖
ตารางที่ ๔.๓ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	๕๗
ตารางที่ ๔.๔ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม.....	๕๙
ตารางที่ ๔.๕ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	๕๙
ตารางที่ ๔.๖ แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ.....	๙๕
ตารางที่ ๔.๗ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๙๗
ตารางที่ ๔.๘ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับ ความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๙๘

สารบัญภาพ

ภาพ.....	หน้า.....
ภาพที่ ๒.๑ แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยวิจัย.....	๓๘
ภาพที่ ๓.๑ กระบวนการวิจัย.....	๕๒
ภาพที่ ๔.๑ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๑ สร้าง Infographic ปังๆ สื่อเรื่องเมือง.....	๗๗
ภาพที่ ๔.๒ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๒ Cine Culture : สร้างวิดีโอ เล่าเรื่องเมืองแปดริ้ว.....	๗๙
ภาพที่ ๔.๓ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๓ Cut & Create : ตัดต่อสื่อสุดคุล ด้วย Capcut	๘๓
ภาพที่ ๔.๔ คลิปวิดีโอวัดโสธรวรารามวรวิหารที่ลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก.....	๘๗
ภาพที่ ๔.๕ คลิปวิดีโอวัดโสธรวรารามวรวิหารที่ลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก.....	๘๗
ภาพที่ ๔.๖ คลิปวิดีโอตลาดบ้านใหม่ร้อยปีที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ.....	๘๘
ภาพที่ ๔.๗ คลิปวิดีโอตลาดบ้านใหม่ร้อยปีที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ.....	๘๘
ภาพที่ ๔.๘ คลิปวิดีโอวัดสมานรัตนารามที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ.....	๘๙
ภาพที่ ๔.๙ คลิปวิดีโอวัดสมานรัตนารามที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ.....	๘๙
ภาพที่ ๔.๑๐ คลิปวิดีโอโรงเจวัดโสธรวรารามวรวิหารที่ลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก.....	๙๐
ภาพที่ ๔.๑๑ แผ่นพับ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ด้านหน้า.....	๙๐
ภาพที่ ๔.๑๒ แผ่นพับ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ด้านหลัง.....	๙๑
ภาพที่ ๔.๑๓ แผ่นพับ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านหน้า.....	๙๑
ภาพที่ ๔.๑๔ แผ่นพับ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านหลัง.....	๙๒
ภาพที่ ๔.๑๕ โปสเตอร์โรงเจวัดโสธรวรารามวรวิหาร	๙๓
ภาพที่ ๔.๑๖ แผ่นพับ วัดสมานรัตนาราม ด้านหน้า.....	๙๔
ภาพที่ ๔.๑๗ แผ่นพับ วัดสมานรัตนาราม ด้านหลัง.....	๙๔
ภาพที่ ๔.๑๘ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	๑๐๒
ภาพที่ ๔.๑๙ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	๑๐๖

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการของมนุษย์ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิต และยังเป็นกลไกในการเรียนรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย นอกจากนี้ การท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย จากข้อมูลในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) เป็นอันดับ ๘ ของประเทศ แต่สัดส่วนความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจยังมีความสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดอยู่ในภาคอุตสาหกรรมถึงร้อยละ ๗๐.๒๒ ทั้งที่จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรที่หลากหลาย และสามารถพัฒนาเพื่อสร้างรายได้ในภาคบริการมากขึ้น ด้วยความพร้อมในหลายด้าน เช่น การคมนาคมและสาธารณูปโภค ซึ่งส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด ทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวทางน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ^๑

จากสถิติของการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทราในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ พบว่า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีรายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๖.๔๓ จากปี พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยมียอดรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนเงิน ๕๑๙,๒๗๔ ล้านบาท ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย จากสถิติระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ๒๕๖๖ พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน ๒๒,๕๖๖,๘๙๕ คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน ๑๓,๑๕๔ คนเดินทางเข้ามาในจังหวัดฉะเชิงเทรา^๒ ซึ่งจากสถิติพบว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการสะท้อนความรู้ สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมประเพณี และความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัย โดยการนำวัฒนธรรมมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การเยี่ยมชม

^๑สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา, เป้าหมายการพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๘๕), กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๖, หน้า ๙.

^๒ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ก.ย. ปี 2566 (เบื้องต้น) (International Tourist Arrivals to Thailand Jan - Sep 2023), ๒๕๖๖, หน้า ๖๖.

ชมสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิต^๓ เห็นได้จากการที่จังหวัดฉะเชิงเทรามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมที่ยาวนาน จึงส่งผลให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ศาสนสถานที่มีชื่อเสียง เช่น วัดหลวงพ่อโสธร วัดเมืองหรือวัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ วัดสมานรัตนาราม เป็นต้น ซึ่งมีผู้มาเยี่ยมชมเยือนเป็นจำนวนมากและสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถูกกำหนดชัดเจนในการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ด เมื่อปี ค.ศ. ๑๙๖๙ ซึ่งระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีจุดประสงค์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับคุณค่าทาง วัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียมของชุมชนต่างๆ^๔ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศต่างๆ โดย World Tourism Organization กล่าวถึงการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียม ความ เชื่อที่สืบทอดมาในท้องถิ่น รวมไปถึงความเชื่อทางศาสนา^๕ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย

แม้ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจะส่งผลให้เกิดความสะดวกสบายใน ชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการสามารถค้นหาความรู้ได้อย่างกว้างขวาง แต่อย่างไรก็ตาม ประเทศไทย กำลังประสบปัญหาการเสื่อมถอยจากการที่เยาวชนหลงใหลกับความเจริญก้าวหน้าแบบตะวันตกจน หลงลืมขนบธรรมเนียมและประเพณีที่งดงามของประเทศไทย^๖ จากผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไม่สนใจ กิจกรรมการมีส่วนร่วมต่อชุมชน ห้างเหินศาสนา และมีความเคร่งเครียดกับการเรียน^๗ ดังนั้น เราควร สร้างจิตสำนึกรักท้องถิ่นกับกลุ่มเยาวชนอาสาที่มีพลังในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

^๓ กระทรวงวัฒนธรรม, **ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรม ปี 2559 Cultural Tourism Communities (CTC) 2016**. กลุ่มส่งเสริมเครือข่ายท้องถิ่นและชุมชน กองกิจการเครือข่ายวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๐, หน้า ๓๒.

^๔ Koster, Emlyn H. “Science Culture and Cultural Tourism”. In Mike Robinson, Nigel Evans and Paul Callaghan, eds. *Tourism and Cultural Change: Tourism and Culture towards the 21st Century*, pp. 227–238. Sunderland: The Center for Travel and Tourism and Business Education. 1996, p.231.

^๕ Richards, G. **Rethinking Cultural Tourism**, Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2021, p.13.

^๖ มนัส สุวรรณและคณะ, **ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในเขตจังหวัด เชียงใหม่และจังหวัดแม่ฮ่องสอน**, วารสารพินนศวรรสาร ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2565, หน้า 147-160, 2565, หน้า ๑๔๗.

^๗ จิตติมาภรณ์ โชคสัมฤทธิ์ผล, **การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สร้างจิตสำนึกรักท้องถิ่น วารินชำราบโดยใช้โครงงานเป็นฐานส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3**, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, ๒๕๖๓, หน้า ๓๘๖.

และเชิงวัฒนธรรมได้อย่างดี เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันต้องการการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ วัฒนธรรมเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบสานศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่คู่กับประเทศไทย การที่เยาวชนได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชนของตนเองอย่างลึกซึ้งจะช่วยให้เยาวชนเห็นคุณค่าของความรู้ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมประเพณีที่มีค่าของชุมชน ส่งผลให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง^๘ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับศาสนา เพราะศาสนาและความเชื่อมีอยู่ในทุกสังคม มนุษย์มีความต้องการสื่อสารกับสิ่งเหนือธรรมชาติ และมีการร้องขอต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อให้สมหวังในเรื่องที่ต้องการ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงมีความสำคัญในการเสริมสร้างจิตใจและศรัทธาของผู้คน และเป็นวิธีการที่ดีในการสืบสานและรักษาวรรณกรรมและประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่คู่กับสังคมไทยต่อไป^๙ นอกจากนี้ ความเชื่อทางศาสนายังส่งผลต่อการกระทำของมนุษย์ในด้านความรู้สึกทางใจ ในการร้องขอต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องที่เหนือธรรมชาติ เช่น การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โดยเชื่อว่าสามารถปิดเป่าสิ่งชั่วร้ายได้ และการบูชาสิ่งที่มองไม่เห็น ความเชื่อเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างจิตใจและความมั่นคงทางใจให้กับผู้คน ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะผู้คนมักเดินทางไปเยี่ยมชมนสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เพื่อแสวงหาความสุขทางใจและศรัทธา^{๑๐} นอกจากนี้ ความเชื่อทางศาสนายังส่งผลต่อการกระทำของมนุษย์ในด้านความรู้สึกทางใจ ในการร้องขอต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องที่เหนือธรรมชาติ เช่น การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โดยเชื่อว่าสามารถปิดเป่าสิ่งชั่วร้ายได้ และการบูชาสิ่งที่มองไม่เห็น ความเชื่อเหล่านี้นำไปสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบที่ก่อให้เกิดความอึดอ้อมใจ เป็นสุข ทั้งยังได้รับความเพลิดเพลินจากการชมสถาปัตยกรรมที่สวยงาม^{๑๑}

^๘ ศิภัทร ศิริฉัตรเดชา, การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อดำรงอัตลักษณ์วิถีชุมชนตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดสมุทรปราการ, วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๖๖, หน้า ๕๖.

^๙ ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา, การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๖๑, หน้า ๒.

^{๑๐} ชนัญ วงษ์วิภาค, การท่องเที่ยววัฒนธรรม, คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๒, หน้า ๕.

^{๑๑} กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กองแผนและงบประมาณ, แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕), องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๒) ออนไลน์, แหล่งที่มา https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2015_1.pdf, 2559, สืบค้นเมื่อ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๖.

ต้องยอมรับว่าวัดหรือศาสนสถานเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจรวมไปถึงการเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้วัดนอกจากเป็นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism) อีกด้วย ศาสนสถานเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงบทบาททางศาสนาเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งรวมกิจกรรมและการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งช่วยส่งเสริมความเป็นชุมชนและสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในพื้นที่^{๑๒} นอกจากนี้ การเยี่ยมชมวัดและศาสนสถานยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถาปัตยกรรมและศิลปะทั้งงดงามและมีคุณค่า^{๑๓}

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมไปถึงศิลปวัฒนธรรมและอัตลักษณ์วิถีชุมชนที่หลากหลาย สถานที่ที่เป็นสถานที่อันดับหนึ่งของจังหวัดฉะเชิงเทราคือ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระคู่บ้านคู่เมืองจังหวัดฉะเชิงเทราคือ หลวงพ่อโสธร ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมประเพณีคือ ประเพณีแห่หลวงพ่อบุญโสธร ซึ่งมีทั้งการแห่ทางน้ำที่ใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นหลักในสมัยอดีต รวมไปถึงการแห่ทางบกที่เป็นประเพณีที่ยิ่งใหญ่ในปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่สำคัญ นอกจากนี้ยังมีพระพิมพ์ดินเผาปางนอนเสวยสุกข์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ประดิษฐานอยู่ที่วัดสมานรัตนาราม สำหรับการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่ ป้อมและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา ซึ่งสร้างขึ้นในปี พ.ศ. ๒๓๘๐ ตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ ๓) เพื่อป้องกันศัตรูรุกราน และมีวัดที่สำคัญคือ วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ หรือวัดเมือง ซึ่งมีตำนานเกี่ยวกับกบฏอั้งยี่ที่โด่งดัง ในด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตที่เป็นเหมือนการท่องเที่ยวย้อนเวลาอดีต ได้แก่ ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี ที่ยังคงมีภาพของยุคอดีตที่น่าค้นหา การเยี่ยมชมตลาดนี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศและวิถีชีวิตของคนในยุคอดีตที่ยังคงรักษาไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน^{๑๔}

เมืองที่มีลักษณะและวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่ายของชุมชนเก่าแก่ ผสานกับความศรัทธาของประชาชน ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ อีกทั้งการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ร่วมกัน เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ด้วยการเพิ่มขึ้นของสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้คนได้รับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ในด้านต่าง

^{๑๒} วรรณภา ศรีทองคำ. บทบาทของวัดในฐานะศูนย์กลางของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารชุมชนวิจัย, ปีที่ ๑๔, ฉบับที่ ๓, ๒๕๖๕, หน้า ๔๕-๖๐.

^{๑๓} สมชาย วิริยะธรรม. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา: บทบาทของวัดไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น. วารสารการจัดการวัฒนธรรมและสังคม, ปีที่ ๘, ฉบับที่ ๒, ๒๕๖๔, หน้า ๗๘-๙๓.

^{๑๔} กองแผนและงบประมาณ, แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕), องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๒, หน้า ๑๒.

ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงการยกระดับการท่องเที่ยวผ่านการบอกตำแหน่งที่ตั้งและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น^{๑๕} การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประวัติของชุมชนในปัจจุบัน บางครั้งไม่ตรงกับความต้องการและความเป็นจริงของชุมชน เนื่องจากข้อมูลมักถูกถ่ายทอดจากคนนอกชุมชน ซึ่งอาจนำไปสู่การบิดเบือนหรือขาดความถูกต้องตามที่ชุมชนต้องการ

การศึกษาความต้องการในเรื่องของข้อมูลของชุมชนจึงควรเกิดจากคนในชุมชนเอง เพื่อให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการได้อย่างแท้จริงเพื่อดึงดูดผู้เยี่ยมชมและนักท่องเที่ยวให้มาชุมชน และให้เกิดความประทับใจในชุมชน การสร้างสื่อที่ตอบสนองความต้องการของทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ สื่อเหล่านี้ควรสามารถนำเสนอประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างน่าสนใจและถูกต้อง^{๑๖} ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและเข้าใจความต้องการของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตรงกับความต้องการของทุกฝ่าย และทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของทุกคน^{๑๗}

ดังนั้น การที่จะส่งเสริมให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น จำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้ให้แก่เยาวชนในด้านประวัติความเป็นมาของชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมายาวนาน เพื่อให้เยาวชนเกิดความรู้สึกรักชอบซึ่งในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เห็นคุณค่าในอัตลักษณ์ของวิถีชุมชน และสามารถถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ให้ผู้อื่นได้รู้ การส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ด้านการผลิตสื่อสร้างสรรค์ จะช่วยให้เยาวชนได้เรียนรู้กระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต เช่น ทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ที่จะทำให้เยาวชนเข้าใจและเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม เสริมทักษะด้านความร่วมมือ (Collaboration) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เพื่อสร้างภาวะผู้นำ (Leadership) และทักษะการแก้ไขปัญหา (Problem Solving)^{๑๘}

^{๑๕} สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจบริการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง, กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ ๒๕๖๑, ๑๕๖๑, หน้า ๑.

^{๑๖} สุภาภรณ์ อ่อนละมัย. การพัฒนาสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำ คลองท่าแนะ จังหวัดพิจิตร. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ปีที่ ๑๓, ฉบับที่ ๒, ๒๕๖๔, หน้า ๒๕-๔๒.

^{๑๗} กองแผนและงบประมาณ. แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕). องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, ๒๕๖๒, หน้า ๑๒.

^{๑๘} นพดล ศรีสง่า. แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์. วารสารการจัดการวัฒนธรรมและสังคม, ปีที่ ๗, ฉบับที่ ๑, ๒๕๖๓, หน้า ๕๘-๗๔..

จากการศึกษาเรียนรู้และพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมนี้ เยาวชนจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ และพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างฐานองค์ความรู้และทักษะที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา และพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา นอกจากนี้ ยังมุ่งนำเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้กรอบแนวคิดหรือทฤษฎีในการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งผลผลิตหรือผลลัพธ์ที่คาดหวังจะเป็นองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โครงการวิจัยนี้ตั้งเป้าหมายในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนผ่านการสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยว จนเกิดการมาเที่ยวซ้ำ และส่งเสริมให้เยาวชนเกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิด รับผิดชอบต่อคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม และอื่น ๆ รวมไปถึงการพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้แก่เยาวชน เพื่อให้สามารถปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลกได้ การวิจัยและพัฒนานี้ จะมุ่งเน้นในการสร้างกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน โดยคำนึงถึงความต้องการและความสำคัญของชุมชน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๒ คำถามการวิจัย

๑.๒.๑ สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นอย่างไร

๑.๒.๒ สื่อสร้างสรรค์รูปแบบใดที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ดีที่สุด

๑.๒.๓ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนควรมีลักษณะอย่างไร เพื่อให้สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๓.๒ เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๓.๓ เพื่อเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (research and development) โดยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการดำเนินวิจัยที่หลากหลาย โดยการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ด้วยการใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) แล้วนำเสนอผลการศึกษาดำเนินการตามแบบวิธีการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพื่อศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๔.๒ พื้นที่และระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

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

ระยะเวลาในการศึกษา รวมทั้งสิ้น ๑๒ เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ (In-depth interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๔ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๓ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๑ คน ๔) คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จำนวน ๑๘ คน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อ จำนวน ๑๐๐ คน โดยรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๔๖ คน

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน โดยการรับสมัคร โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้เยาวชนสามารถพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราได้ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ตัวแทนผู้ใช้สื่อ (บุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา) และคนในชุมชน จำนวน ๑๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๒๕ คน

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน ๒ คน ๒) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๗ คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๖ คน ๔) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ จำนวน ๑ คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๖ คน

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

สื่อสร้างสรรค์ หมายถึง สื่อที่ใช้การออกแบบด้วยการริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วยสื่อหลายชนิด ได้แก่ สิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความรู้ความเข้าใจอัตลักษณ์วิถีการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา

เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง ๑๕ ถึง ๒๔ ปี จากตามคำจำกัดความของสหประชาชาติ (United Nations - UN) เพราะเป็นช่วงวัยที่สำคัญของการพัฒนา ทั้งทางกายภาพ จิตใจ และสังคม เป็นช่วงที่บุคคลกำลังเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กไปสู่การเป็นผู้ใหญ่

สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน หมายถึง สื่อที่พัฒนาโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่น สื่อดังกล่าวมุ่งเน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะ ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย

กระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน หมายถึง ขั้นตอนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบ

๑.๖.๑ ได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๖.๒ ได้สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑.๖.๓ ได้กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำราวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ไว้ดังนี้

๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๒ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๓ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์

๒.๔ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๑.๑ ประวัติศาสตร์เมืองฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ส่งผลให้มีความ
หลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเรามักจะได้ยินการเรียกขานว่าฉะเชิงเทราหรือแปดริ้ว โดยฉะเชิงเทรา
เป็นชื่อที่ใช้ในทางราชการ ส่วนแปดริ้วเป็นภาษาท้องถิ่นของชาวบ้าน สำหรับความหมายของชื่อมี
ดังต่อไปนี้

ฉะเชิงเทรา ปรากฏชื่อในหนังสือชุมนุมพระนิพนธ์ภาคปักษ์ ภาค ๑ ของพระบาทสมเด็จพระ
จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กล่าวถึงเมืองฉะเชิงเทราว่า "...ชื่อบ้านเมืองเหล่านี้เป็นชื่อไทยบ้าง ชื่อเขมร
บ้าง เป็นสองชื่อทั้งไทยทั้งเขมรบ้าง อย่างเมืองฉะเชิงเทราเป็นชื่อเขมร แปดริ้วเป็นชื่อไทย..."^๑ ส่งผลให้
นักประวัติศาสตร์ และนักโบราณคดีบางท่านมีความเห็นว่า "ฉะเชิงเทรา" น่าจะเพี้ยนมาจากคำเขมรว่า
"สตั้งเตรง" หรือ "ฉะทริงเทรา" ซึ่งแปลว่า "คลองลึก"^๒ โดยสอดคล้องกับเหตุผลทางภูมิศาสตร์ของเมือง
ฉะเชิงเทราที่ตั้งอยู่สองฝั่งแม่น้ำบางปะกง เมื่อครั้งที่ขอมยังมีอำนาจปกครองแผ่นดินไทย เมืองนี้เป็น

^๑ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. ชุมนุมพระนิพนธ์ภาคปักษ์ ภาค ๑. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๔๐๐, หน้า ๔๕.

^๒ วิกีพีเดีย. จังหวัดฉะเชิงเทรา. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดฉะเชิงเทรา>, วันที่
เข้าถึง ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖.

เมืองหนึ่งที่อยู่ในอำนาจการปกครองของขอมมาก่อน เป็นไปได้ว่าชาวเมืองในสมัยโบราณอาจจะเรียกแม่น้ำบางปะกงว่า คลองเล็ก หรือคลองใหญ่ ตามลักษณะที่มองเห็น และด้วยอิทธิพลเขมรจึงได้เรียกชื่อแม่น้ำเป็นภาษาเขมรว่า "สตรง์ตรง" หรือ "ฉ่หรง์เทรา" นานๆ เสียงก็เพี้ยนกลายเป็น "ฉะเชิงเทรา" เมืองที่อยู่บนฝั่งแม่น้ำก็พลอยได้ชื่อว่า "ฉะเชิงเทรา" ไปด้วย

อย่างไร ก็ตาม คนจำนวนมากมักมีความเห็นต่างออกไปว่า ชื่อ "ฉะเชิงเทรา" น่าจะเพี้ยนจาก "แสงเซรา" หรือ "แซงเซา" หรือ "แสงเซา" อันเป็นชื่อเมืองที่สมเด็จพระบรมราชาธิราชเสด็จไปได้ตามที่พงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐกล่าวไว้มากกว่า เพราะการออกเสียงใกล้เคียงกันมาก ยิ่งเมื่อประกอบความคิดที่ว่า เมืองตั้งขึ้นในตอนต้นกรุงศรีอยุธยา อันเป็นเวลาชื่อเสียงเรียงนามต่างๆ น่าจะเป็นคำไทยหมดแล้ว โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับเมืองอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในเวลาใกล้เคียงกัน อย่างนนทบุรี นครไชยศรีและสาครบุรี ซึ่งล้วนแต่มีเชื้อสายไทยอิทธิพลอินเดีย ยิ่งทำให้น่าเชื่อว่าเมืองนี้ไม่ใช่คำเขมร หากแต่เป็นคำไทยที่เพี้ยนมาจากชื่อเมืองในพงศาวดาร

ส่วนความเป็นมาของชื่อ "แปดริ้ว" ก็มีตำนานเล่าขานกันมาหลายกระแส บ้างก็ว่าเมืองนี้แต่ไหนแต่ไรมาเป็นเมืองอยู่ช้าวอน้ำ ในลำน้ำอุดมสมบูรณ์ด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด โดยเฉพาะมีปลาช่อนซึ่งเป็นปลาน้ำจืดที่ชุกชุม และขนาดใหญ่กว่าในท้องถิ่นอื่นๆ จนเมื่อนำมาแลเนื้อทำปลาตากแห้ง ที่อื่นแลปลาได้เพียงสี่ริ้วหรือห้าริ้วเท่านั้น แต่ของที่นี่ต้องแลออกถึงแปดริ้ว เมืองนี้จึงได้ชื่อว่า "แปดริ้ว" ตามขนาดใหญ่โตของปลาช่อนซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเมือง นอกจากนั้นยังมีนิทานพื้นบ้านของคนในท้องถิ่นพนมสารคาม เล่าถึงเรื่อง "พระรถเมรี" ซึ่งเป็นนิทานเรื่องหนึ่งในปัญญาสชาดก ว่ายักษ์ได้ฆ่านางสิบสองแล้วลากศพไปยังทำน้ำ ในบริเวณที่เป็นคลองท่าลาด แล้วฆ่าเหาะศพออกเป็นริ้วๆ รวมแปดริ้ว แล้วทิ้งลอยไปตามลำน้ำท่าลาด ริ้วเนื้อริ้วหนังของนางสิบสองลอยมาออกยังแม่น้ำบางปะกง ไปจนถึงฉะเชิงเทรา เมืองนี้จึงได้ชื่อว่า "แปดริ้ว"

เมืองฉะเชิงเทราถือกำเนิดขึ้นเมื่อใด ไม่มีผู้ยืนยันได้แน่ชัด แต่จากที่ตั้งของเมือง นักโบราณคดีสันนิษฐานว่าริมฝั่งแม่น้ำบางปะกงแห่งนี้ เมื่อหลายพันปีก่อน น่าจะเป็นแหล่งอารยธรรมสำคัญแห่งหนึ่งเช่นเดียวกับที่ราบลุ่มแม่น้ำอื่นๆ ซึ่งเป็นแหล่งพักพิงอาศัยของผู้คนมาแต่โบราณ และเมื่อมีการขุดค้นพบโครงกระดูกและเครื่องประดับมีค่าอายุกว่า ๕,๐๐๐ ปี ณ แหล่งโบราณคดีโคกพนมดี อำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเชื่อว่าอยู่ในเขตการปกครองของเมืองฉะเชิงเทรามาก่อน จึงเกิดเป็นหลักฐานว่า ผู้ที่เคยอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ในครั้งนั้น น่าจะเป็นมนุษย์โบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์ทั้งหลายก็จะตั้งรกรากอยู่ ใกล้เคียงกันตามชายฝั่งทะเลแถบนี้ จึงมีความเป็นไปได้ว่า เจ้าของอารยธรรมที่โคกพนมดีอาจจะเป็นบรรพชนของผู้สร้างอารยธรรมยุคสำริด อันเลื่องชื่อที่บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งชื่อ "ฉะเชิงเทรา" ได้มาปรากฏอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกในสมัยกรุงศรีอยุธยา ในแผ่นดินของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (พ.ศ. ๑๙๙๑-๒๐๓๑) ฉะเชิงเทราได้รับบทบาทสำคัญในการปกครอง ในฐานะหัวเมืองชั้นในหรือเมืองจัตวาที่อยู่ใกล้ราชธานีของประเทศ เช่นเดียวกับราชบุรี

เพชรบุรี กาญจนบุรี สมุทรสงคราม นครไชยศรี นครสวรรค์ ชัยนาท สุพรรณบุรี สมุทรสาคร ชลบุรี ปราจีนบุรี และนครนายก ในสมัยของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา บทบาทของเมืองเริ่มเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมครั้งแรก ด้วยเหตุที่ฉะเชิงเทราตั้งอยู่ใกล้ชายแดนเขมร แต่ไหนแต่ไรมา เขมรมักถือโอกาสข้าศึกตีไทยโดยยกทัพมากวาดต้อนผู้คนอยู่เนืองๆ ในเวลาที่ไทยเพลี่ยงพล้ำในการศึกกับพม่า ในปี พ.ศ. ๒๑๒๖ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชจึงได้ทรงเกณฑ์ผู้คนนับหมื่น เสด็จกรีธาทัพไปตีเมืองฉะเชิงเทราเพื่อแก้แค้นเขมร การศึกครั้งนั้นเป็นครั้งใหญ่ที่มีการวางแผนรบอย่างรอบคอบ และฉะเชิงเทราได้กลายเป็นชุมก่าลังและแหล่งเสบียงสำคัญที่มีหน้าที่แจกจ่ายเสบียงให้แก่กองทัพหลวงไม่ถึงสองร้อยปีให้หลัง ฉะเชิงเทราที่มีบทบาททางการเมืองอย่างสำคัญในประวัติศาสตร์ชาติไทยอีกครั้งในปี พ.ศ. ๒๓๑๐ ซึ่งเป็นปีที่กรุงศรีอยุธยาแตกพ่ายแก่พม่า พระยากำแพงเพชรผู้ซึ่งในภายหลังได้ขึ้นครองราชย์เป็นสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้ชุมนุมพลพันเศษ เดินทางจากกรุงศรีอยุธยาที่ลุ่มแล้ว หมายจะไปช่องสุ่มก่าลังที่เมืองจันทบุรีเพื่อกอบกู้ชาติไทย ทัพไทยถูกทหารพม่าติดตามมาดักที่บริเวณปากน้ำเจ้าโล้ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองฉะเชิงเทราในขณะนั้น จึงเกิดปะทะกันขึ้นแต่ด้วยชัยภูมิของเมืองอันเหมาะสมแก่ การทำสงครามกองโจรพระยากำแพงเพชรจึงสามารถตีทัพพม่าแตกพ่ายไปและเดินทางต่อไปได้จนถึงที่หมาย และภายหลังจากที่ฝึกปรือทหารจนมีก่าลังกล้าแข็งแล้ว ก็ได้นำก่าลังโดยใช้ฉะเชิงเทราเป็นเส้นทางหนึ่งในการเดินทางเข้าโจมตีพม่าที่เมืองธนบุรี แล้วขึ้นไปตีค่ายโพธิ์สามต้นซึ่งเป็นค่ายใหญ่ของพม่าที่อยุธยา ทำการกอบกู้เอกราชให้กับชาติไทยได้เป็นผลสำเร็จ

โฉมหน้าใหม่ของเมืองนี้เริ่มชัดเจนขึ้นในช่วงต้นของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เพราะเป็นเวลาที่ฉะเชิงเทราได้รับบทบาทในฐานะเมืองหน้าด่านที่สำคัญแห่งหนึ่ง เมื่อญวนเกิดอีกเหิมหมายจะแย่งชิงอำนาจในการปกครองเขมร และสถาปนาจักรีเขมรจากไทย จนเกิดเหตุลุกลามกลายเป็นสงครามอานามสยามยุทธ ระหว่างไทยกับญวนดำเนินไปได้ราว ๑ ปี คือในปี พ.ศ. ๒๓๗๗ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายที่ว่าการเมืองฉะเชิงเทราจากเดิมซึ่งตั้งอยู่ที่ปากน้ำเจ้าโล้ มาสร้างกำแพงเมืองใหม่ที่บ้านท่าไข่ แขวงเมืองฉะเชิงเทรา ชิดกับลำน้ำบางปะกง ซึ่งเป็นเสมือนกำแพงธรรมชาติที่ป้องกันศัตรูได้อย่างดี หมายให้ช่วยรักษาเมืองหลวงให้พ้นภัยจากข้าศึก กำแพงนี้นอกจากจะเป็นปราการในการปกป้องเมืองหลวงแล้ว ยังกลายเป็นศูนย์กลางอำนาจรัฐแห่งใหม่ และเป็นเครื่องแสดงอาณาเขตของเมือง ด้วยต่อมา เมื่อเกิดการสร้างบ้านแปลงเมืองใหม่ภายในกำแพง ความเป็นเมืองที่มีอาณาเขตแน่นอนของฉะเชิงเทราจึงได้เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์

สมัยใหม่ของฉะเชิงเทราเริ่มต้นในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวแห่งราชวงศ์จักรี เมื่อไทยได้เปิดรับอารยธรรมตะวันตกและเริ่มผันชีวิตความเป็นอยู่รับ สถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมนานัปการเพื่อให้นานาชาติเห็นว่า ไทยเป็นประเทศที่มีอารยธรรมประเทศหนึ่ง เมื่อถึงรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว อิทธิพลของ

มหาอำนาจตะวันตกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็ยิ่งกว้างขวาง กิจการภายในของไทยถูกคุกคามและแทรกแซง เป็นอีกครั้งหนึ่งที่ไทยพบกับภัยทางการเมืองในรูปแบบใหม่ที่รุนแรง

ด้วย พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ไทยได้หันมาใช้นโยบายการเมืองนำหน้าการทหาร และในขณะเดียวกัน ก็เร่งพัฒนาบ้านเมืองให้ทันสมัย ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกด้าน นำการปกครองระบบเทศาภิบาลมาใช้ โดยรวบรวมเมืองต่างๆ ขึ้นเป็นมณฑล โดยยึดเอาลำนํ้าเป็นหลัก ฉะเชิงเทราก็ได้ร่วมมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าครั้งยิ่งใหญ่นี้ด้วย โดยให้รวมเข้าเป็นหนึ่งในมณฑลปราจีนในปี พ.ศ. ๒๔๓๕ ร่วมกับเมืองปราจีนบุรี นครนายก พนมสารคาม มีลำนํ้าบางปะกงเป็นลำนํ้าสายหลักและมีการวางผังเมืองอย่างเป็นระบบระเบียบ เป็นครั้งแรก และเมื่อมีการขยายอาณาเขตโดยรวมเอาเมืองพนัสนิคม เมืองชลบุรี และเมืองบางละมุงเพิ่มเข้าไปด้วย ฉะเชิงเทราก็กลายเป็นที่ว่าการมณฑลแห่งนี้ตั้งแต่นั้นมา มณฑลปราจีนในครั้งนั้นคือสัญลักษณ์ของการต่อสู้เพื่อเอกราชของชาติ ในยุคของการล่าอาณานิคมอย่างแท้จริง ฉะเชิงเทราซึ่งเป็นที่ว่าการมณฑล ก็ได้กลายเป็นต้นฉบับของการปกครองที่ก้าวหน้าและมั่นคง ให้มณฑลอื่นๆ ได้ถือเป็นแบบอย่าง จวบจนย่างเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตยในปี พ.ศ. ๒๔๗๕ เมื่อการปกครองระบบ "เทศาภิบาล" ยุติลงและเริ่มมีการใช้พระราชบัญญัติว่าด้วย "ระเบียบราชการบริหารแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๔๗๖" อำนาจปกครองจึงเริ่มกระจายสู่ส่วนภูมิภาค คำว่า "เมือง" ได้เปลี่ยนเป็น "จังหวัด" มี "ผู้ว่าราชการจังหวัด" เป็นผู้ดูแลกิจการของเมือง มีการเลือกตั้งผู้แทนราษฎรตามรัฐธรรมนูญการปกครองประเทศ และในปี พ.ศ. ๒๔๙๕ ซึ่งเป็นปีที่มีการตั้งภาคครั้งสุดท้ายของไทย ฉะเชิงเทราก็ได้รับเลือกเป็นสถานที่ตั้งภาค มีเขตความรับผิดชอบ ๘ จังหวัด นับเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่สำคัญในประวัติศาสตร์ของเมืองนี้

๒.๑.๒ พัฒนาการทางประวัติศาสตร์

๒.๑.๒.๑ การตั้งถิ่นฐาน

ฉะเชิงเทรา ถือกำเนิดขึ้นเมื่อใด ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัด จากที่ตั้งเมือง นักโบราณคดี นักภูมิศาสตร์ และนักธรณีวิทยาหลายคนได้ลงความเห็นว่...เมื่อหลายพันปีที่ผ่านมา ช่วงแนวชายฝั่งทะเลเดิม บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยามีลักษณะเป็นอ่าวลึกเข้าไปในแผ่นดินมากกว่าปัจจุบัน ภูมิประเทศบริเวณใกล้เคียงกับชายฝั่งทะเลเดิมเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำที่อาจใช้เป็นเส้นทางคมนาคมติดต่อกันระหว่างชุมชน บริเวณฝั่งทะเลกับชุมชนที่อาศัยลึกเข้าไปในแผ่นดินใหญ่อย่างทั่วถึง ทางน้ำเหล่านี้จะเป็นตัวกลางในการพัฒนาและทั่บถมของตะกอนดินในฤดูฝนอันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้

บริเวณที่ราบลุ่มเหล่านี้อุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำการเกษตรกรรมเป็นอย่างยิ่งบริเวณพื้นที่ด้านตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ก็คือบริเวณ สองฝั่งแม่น้ำบางปะกงนั่นเอง^๓

วิวัฒนาการของแผ่นดินบริเวณลุ่มแม่น้ำบางปะกง เป็นเช่นเดียวกับลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เมื่อแหล่งอารยธรรมโบราณสำคัญ ๆ ได้รับการสำรวจ และขุดค้นขึ้นมาทำให้ทราบว่าเมืองฉะเชิงเทราเคยเป็นถิ่นที่อยู่ของมนุษย์โบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์ และเป็นดินแดนที่เก่าแก่บริเวณหนึ่งในด้านฝั่งทะเลตะวันออก ประชาชนในสมัยก่อนประวัติศาสตร์มีถิ่นที่อยู่อาศัยตามชายฝั่งทะเลแถบนี้ (พิริยะ เทพพิทักษ์และคณะ, ๒๕๓๙ : ๘-๙)^๔

จากการศึกษาค้นคว้าตามแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ ๆ ของคณะสำรวจต่าง ๆ ทำให้พบหลักฐานในแหล่งโบราณคดีดังกล่าว ซึ่งช่วยให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นดินแดนที่เก่าแก่บริเวณหนึ่งในด้านฝั่งทะเลตะวันออก ดังนี้

๒.๑.๒.๑.๑ หลักฐานก่อนประวัติศาสตร์ของอารยธรรมลุ่มแม่น้ำบางปะกง

จากข้อเขียนบางตอนของภิกษุญา ศรีจำลอง และชัยยุทธ หวังรอด (๒๕๒๘ : ๕) กล่าวถึงสภาพของโครงกระดูกที่ขุดค้นพบ ณ แหล่งโบราณคดี โคกพนมดี อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี ว่า...จากสภาพของโครงกระดูกอย่างสมบูรณ์ที่ได้รับการขุดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการปรากฏอยู่ในแหล่งขุดค้นบุคคลอายุ ๕,๐๐๐ ปี ผู้ที่นักวิชาการโบราณคดียืนยันว่าเป็นสภาพสตรีสูงศักดิ์และมีฐานะร่ำรวย ซึ่งแปลกกว่าเพื่อน ๆ ผู้อื่นในแหล่งเดียวกัน ข้อสันนิษฐานได้จากเครื่องประดับอันมีค่ามากมายปรากฏอยู่กับโครงกระดูกโครงนี้ ส่วนบุคคลอื่น ๆ อันมีอายุประมาณ ๕,๐๐๐ ปี เหมือนกันที่ปรากฏจากการขุดค้นอาจสันนิษฐานว่าเป็นบุคคลสามัญหรืออาจจะยากจนเพราะไม่มีเครื่องประดับประดับ มีอยู่รายหนึ่งเป็นเด็ก โครงกระดูกนี้น่าสนใจมากตรงที่ทำให้ทราบว่ามีการฝังเด็กในสมัยนั้นด้วยการบรรจุในไห ซึ่งปรากฏาณะที่เวลานั้นอยู่ค่อนข้างสมบูรณ์

แหล่งขุดค้นอันถูกต้องตามหลักวิชาการแห่งนี้อาจนับได้ว่าเป็นแหล่งสำรวจโบราณคดีที่เคยมีมาในประเทศไทย เพราะคณะผู้ทำการได้จัดขุดขึ้นดินเป็นหลุมใหญ่ขนาด ๑๐ x ๑๐ เมตร กันไว้ตั้งโครงทำหลังคาหลุม การทำงานของคณะโบราณคดีพวกนี้น่าชื่นชมยิ่ง เพราะได้ใช้หลักวิชา ความมานะพยายาม ความละเอียดลออมาหลายเดือนแล้ว และจะกระทำต่อไปจนกว่าจะได้รับรู้รายละเอียดเรื่องมนุษย์ ตลอดจนความเป็นอยู่ของชุมชนก่อนประวัติศาสตร์แห่งนี้อย่างสมบูรณ์...

^๓ สุนทร คัยนันท์, ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์, กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์,(ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมวิทยาลัยครูฉะเชิงเทราจัดพิมพ์เนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ ๓ รอบ ๒ เมษายน ๒๕๓๔, ๒๕๓๗, หน้า ๒๑.

^๔ อาจิมโจนธาณ อาจิมกิจ และจุลเดช ธรรมวงศ์, วิถีชีวิตลุ่มน้ำบางปะกง ที่ปรากฏในภาพประกอบตกแต่งศาสนสถานพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา, วารสารศิลปกรรมบูรพา, Vol. ๒๑ No. ๑ (๒๕๖๑), ๒๕๖๑, หน้า ๘๗-๙๘.

บริเวณดังกล่าวอยู่ในแนววงของเขตการปกครองเมืองฉะเชิงเทรามา ก่อนและยกไปอยู่ในเขตปกครองชลบุรี ในสมัยรัชกาลที่ ๓ นี้เอง นับได้ว่าหลักฐานต่าง ๆ นั้นยังยืนยันความเก่าแก่ของแผ่นดินเมืองฉะเชิงเทรา ซึ่งเคยเป็นที่อยู่ของมนุษย์โบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์มาก่อน^๕

๒.๑.๒.๑.๒ หลักฐานทางประวัติศาสตร์ของอารยธรรมลุ่มน้ำบางปะกง

บ้านเมืองในยุคต้นๆ นี้ มิได้รวมกันเป็นลักษณะ "อาณาจักร" ที่มีราชธานีอยู่ที่ใดที่หนึ่งเป็นศูนย์กลางการปกครอง แต่มีลักษณะเป็น "แคว้น" หรือ "นครรัฐ" เล็กๆ ที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มมาตั้งแต่ต้นพุทธกาล ในยุคนี้แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มปากตะวันตกของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา และกลุ่มตะวันออกของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา โดยกลุ่มปากตะวันออกของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีเมืองศรีมโหสถ เป็นศูนย์กลางอารยธรรมลุ่มน้ำบางปะกง โดยสภาพภูมิศาสตร์แล้วบริเวณที่ตั้งเมืองศรีมโหสถอยู่บนปลายที่ราบสูง ซึ่งทอดยาวมาจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือลงประชิดที่ราบลุ่มชายขอบอ่าวไทย จากหลักฐานที่ค้นพบแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในฐานะที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

จากสภาพภูมิศาสตร์และหลักฐานที่ค้นพบน่าเชื่อถือได้ว่า เมืองศรีมโหสถ มีภูมิสถานเปิดออกสู่ทะเลที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนหรือค้าขายสินค้าและวัฒนธรรมจากดินแดนที่อยู่ห่างไกลทางทะเล ในขณะที่เดียวกันก็เป็นต้นทางนำสินค้าและวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้าสู่ดินแดนภายในแผ่นดินใหญ่ซึ่งอยู่บริเวณที่ราบสูงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และที่ราบต่ำในกัมพูชา อันถือได้ว่าเป็นดินแดนอันเป็นบ่อเกิดอารยธรรมสมัยโบราณของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้^๖

๒.๑.๒.๒ ลำดับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์

จังหวัดฉะเชิงเทรานั้น มีประวัติความเป็นมาที่มีหลักฐานในสมัยต่างๆ พอที่จะเชื่อถือได้ว่ามีอยู่จริงและเดิมตั้งอยู่บริเวณ "ปากน้ำโจโล้" ดังเอกสารหรือหลักฐานจาก โคร่งนิราศฉะเชิงเทราของกรมหลวงภูวเนตร นรินทรฤทธิ์ ซึ่งโคร่งนิราศดังกล่าวเป็นการบรรยายธรรมชาติและหมู่บ้าน ตำบล ในลำน้ำบางปะกงถึงโยทะกา นอกจากนี้ยังมีจารึกแผ่นเงินวัดเจติย ซึ่งสนับสนุนหลักฐานดังกล่าว^๗

จากการสำรวจและการค้นพบดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าจังหวัดฉะเชิงเทรามีการพัฒนาของเมืองมาตามลำดับในแต่ละยุคแต่ละสมัย การพัฒนาของเมืองสถานะและบทบาทในแต่ละยุคสมัย ทำให้มองเห็นภาพของเมืองฉะเชิงเทราได้โดยสังเขป ดังนี้

๒.๑.๒.๒.๑ สมัยสุโขทัย หลักฐานที่ชี้ชัดว่า เมืองฉะเชิงเทราได้มีการปกครองเป็นบ้านเป็นเมืองมีน้อยมาก จึงได้แต่สันนิษฐานว่ามีชุมชนเกิดขึ้นแล้วจากโบราณที่ขุดพบในยุคหลังๆ อันเป็นบริเวณใกล้เคียงกับเมืองฉะเชิงเทราปัจจุบัน เช่น วัดสระมรกต อำเภอกอปิ (ปัจจุบันคือ อำเภอศรีมโหสถ) จังหวัดปราจีนบุรี เป็นต้น

^๕ สุนทร คัยนันท์, ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์, กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์, ๒๕๓๔, หน้า ๒๑.

^๖ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๓.

^๗ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๘๕-๘๖.

๒.๑.๒.๒.๒ สมัยอยุธยา ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่า เมืองฉะเชิงเทราตั้งขึ้นเมื่อใดนายตรี อมาตยกุล ได้สันนิษฐานไว้ในหนังสือ "เมืองฉะเชิงเทรา" ว่าเป็นเมืองใหม่ที่คงจะตั้งขึ้นในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ สำหรับเป็นที่ระดมพลในเวลาสงคราม เช่นเดียวกับเมืองนนทบุรี เมืองนครชัยศรี และเมืองสาครบุรี ที่พระองค์โปรดให้ตั้งขึ้นเนื่องจากขณะนั้นบรรดาชายฉกรรจ์พากันหลบหนีเข้าไปอยู่ในป่าดงกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเมืองฉะเชิงเทราคงจะตั้งขึ้นในเวลาไม่ห่างไกลกันนักและคงเป็นเมืองปิด ไม่มีป้อมปราการ เช่นเดียวกับเมืองทั้งสาม

นอกจากนี้ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงกล่าวถึงเมืองฉะเชิงเทราไว้ใน "แสดงบรรยายพงศาวดารสยาม" ว่า...การที่สมเด็จพระมหาจักรพรรดิทรงจัดป้องกันพระนครศรีอยุธยาครั้งนั้น นอกจากการก่อสร้างยังให้ตรวงบัญชีสำมะโนครัวราษฎรทั่วไป เพื่อจะให้อำนาจชายฉกรรจ์อันจะเป็นกำลังต่อสู้ข้าศึก ปรากฏว่าจำนวนชายฉกรรจ์ในมณฑลราชธานีมีแสนเศษ แล้วจัดระเบียบการเรียกระดมพลให้สะดวกขึ้นกว่าแต่ก่อน ในการนี้ให้ตั้งเมืองขึ้นใหม่ขึ้นหลายเมือง คือตั้งบ้านตลาดแก้ว เป็นเมืองนนทบุรี เมืองหนึ่ง ตั้งบ้านท่าจีนเป็นเมืองสาครบุรี (ซึ่งแก่อีกเป็นเมืองสมุทรสาคร ในรัชกาลที่ ๔) เมืองหนึ่ง ตัดท้องที่เขตเมืองสุพรรณบุรี ทางด้านใต้ตัดกับท้องที่เขตเมืองราชบุรีทางข้ามตะวันตกรวมกับ ตั้งเมืองนครไชยศรี (ซึ่งเปลี่ยนเป็นเมืองนครปฐมในรัชกาลปัจจุบันนี้) เมืองหนึ่ง สันนิษฐานว่าตัดท้องที่เขตเมืองชลบุรีข้างเหนือกับท้องที่เขตเมืองปราจีนบุรีข้างใต้เมืองฉะเชิงเทราขึ้นอีกเมืองหนึ่ง...

ในรัชสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงเตรียมการที่จะยกทัพไปตีเมืองเขมรเมื่อ พ.ศ. ๒๑๓๖ เนื่องจากการศึกครั้งนี้เป็นสงครามใหญ่ มีกำลังพลและยุทธโศปกรณ์มาก ในการนี้ได้ส่งกำลังบำรุงล่วงหน้าอย่างรอบคอบและทรงกำหนดให้พระยานครนายก(เจ้าเมืองนครนายก) เป็นแม่กองร่วมกับพระยาปราจีน (เจ้าเมืองปราจีน) พระวิเศษ (เจ้าเมืองฉะเชิงเทรา) และพระสระบุรี(เจ้าเมืองสระบุรี) เกณฑ์คนไปสี่เมือง จำนวน ๑๐๐๐๐ คน ตั้งขึ้นเป็นกองเสบียงทางบก ยกไปตั้งค่ายปลูกยุงฉางรวบรวมเสบียงอาหารเตรียมไว้ที่ตำบลท่าบป เพื่อคอยจ่ายเสบียงอาหารให้แก่กองทัพหลวงที่จะผ่านออกไปทางตำบลนั้นเป็นการล่วงหน้า

ต่อมาในพุทธศักราช ๒๓๐๙ ก่อนจะเสียกรุงศรีอยุธยาให้กับพม่าข้าศึก สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชรซึ่งตั้งอยู่ค่ายวัดพิชัย ได้คุมสมัครพรรคพวกตีฝ่าไปทางตะวันออกผ่านเมืองนครนายก ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา เมื่อแม่ทัพพม่าทราบข่าวได้ส่งกองทัพออกติดตามพระยากำแพงเพชรแต่พม่าก็เสียทีกลับมาทุกครั้งพม่าจึงเกณฑ์ทัพเรือให้หนุนเนื่องมาอีก และทัพบกพม่าซึ่งพายัพพม่า ก่อนนั้นได้ยกมาตั้งอยู่ปากน้ำโจ้โล้ เมืองฉะเชิงเทรา ทัพเรือพม่าเมื่อไปถึง ณ ที่นั้น ได้สมทบกันแล้วยกพลขึ้นท่าข้าม (น่าจะเป็นท่าลาดในขณะนี้) ติดตามไป พระยากำแพงเพชรจึงให้พลทหารตั้งด่านกันเป็นหน้ากระดาน และให้ขุนสนามเพลาะ และให้กองลำเลียงหาบคอนล่วงหน้าไปก่อน ครั้นทัพพม่ามาใกล้จึงยิงปืนใหญ่น้อยระดมพร้อมกัน พม่าล้มตายเป็นอันมาก พม่าหนุนเนื่อง

เข้ามาอีกก็ต้องยิงปืนคำรบสองจนคำรบสามพม่าแตกหนีกระจัดกระจาย แล้วจึงเดินทัพต่อไปทางบ้านหัวทองกลาง (น่าจะเป็นตำบลท่าทองกลาง อำเภอบางคล้า) สะพานทอง (น่าจะเป็นอำเภอสองแคว จังหวัดชลบุรี) ต่อไป

ในคราวที่พม่ายกทัพมาล้อมกรุงศรีอยุธยา เมื่อพ.ศ. ๒๓๐๙ กรมหมื่นเทพพิพิธซึ่งถูกส่งไปอยู่เมืองจันทบุรีนั้น บรรดาชาวเมืองทางตะวันออกมีความเคารพนับถือและพากันมาสวามิภักดิ์ด้วยเป็นอันมาก เมื่อมีข่าวลือว่ากรมหมื่นเทพพิพิธจะยกทัพไปรบกับพม่าที่ยกมาล้อมกรุงไว้ ชาวเมืองฉะเชิงเทราก็ได้อาสาสมัครเข้าเป็นทหารในกองทัพกรมหมื่นเทพพิพิธ ไปตั้งค่ายอยู่ที่เมืองปราจีนบุรี โปรดให้หมื่นแก้วและหมื่นศรีนาวา ชาวเมืองปราจีนบุรี กับนายทองอยู่น้อย ชาวเมืองชลบุรี เป็นแม่ทัพยกพลไปตั้งที่ปากน้ำโยทะกา

ครั้นข่าวลือเรื่องกรมหมื่นเทพพิพิธยกกองทัพมาช่วยกรุงศรีอยุธยา ได้แพร่สะพัดไปถึงพม่า พม่าจึงจัดกองทัพไปตีค่ายไทยที่ปากน้ำโยทะกา รบกันไม่ทันข้ามวัน กองทัพหน้าของกรมหมื่นเทพพิพิธแตก หมื่นแก้วและหมื่นศรีนาวาตายในที่รบ ส่วนนายทองอยู่น้อยนั้นหนีเอาตัวรอดไปได้ เมื่อกรมหมื่นพิพิธทรงทราบก็ได้พาสมัครพรรคพวกหลบหนีไปทางช่องเรือแตกขึ้นไป ณ เมืองนครราชสีมา

๒.๑.๒.๒.๓ สมัยธนบุรี ล่วงเข้าสู่สมัยอยุธยาตอนปลาย เมื่อกรมหมื่นเทพพิพิธได้รวบรวมกองทัพแถบชายเมืองตะวันออกพร้อมด้วยชาวเมืองฉะเชิงเทราเข้าร่วมในกองทัพ เพื่อเข้าไปช่วยแก้ไขอยุธยาที่กำลังเข้าตาจนในขณะนั้นแต่กองทัพไปเสียที่พม่าที่ปากน้ำโยทะกาเสียก่อน พ.ศ.๒๓๑๐ ก่อนกรุงศรีอยุธยาแตก เล็กน้อย พระยากำแพงเพชร (สมเด็จพระเจ้าตากสินฯ) ได้คุมพลประมาณหนึ่งพันเศษ ตีพม่าจากวัดพิชัย นอกกรุงศรีอยุธยา ผ่านบ้านกระแจะ เมืองปราจีนบุรี แล้ววกกลังได้มาผ่านเมืองฉะเชิงเทรา ใช้เมืองฉะเชิงเทราเป็นเส้นทางหนึ่งในการเดินทัพได้ปะทะกับพม่าที่ยกมาดักที่บริเวณปากน้ำโจ้โล่ อำเภอบางคล้า แต่ด้วยภูมิประเทศของจังหวัดฉะเชิงเทราเหมาะในการทำสงครามแบบกองโจร พระองค์จึงพาทหารเดินทัพมุ่งไปตั้งมั่นที่จันทบุรี ใช้เวลาบำรุงฝึกปรือกองทัพเป็นเวลา ๗ เดือน จึงนำทัพขับไล่พม่าพ้นไปจากดินแดนไทยยึดกรุงศรีอยุธยาคืนมาได้ นับเป็นการกู้เอกราชของชาติที่ใช้เวลาน้อยมาก^๔

๒.๑.๒.๒.๔ สมัยรัตนโกสินทร์ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๑ ฉะเชิงเทรามีฐานะเป็นเมืองจัตวา ขึ้นกับกรมพระกลาโหม ต่อมาเมืองฉะเชิงเทราเป็นที่สนใจของชาวตะวันตกจากบันทึกของบาทหลวงฝรั่งเศส เมื่อ พ.ศ.๒๓๗๓ กล่าวถึง ... จังหวัดแปดริ้ว (Pedriw) และบางปลายสร้อย ๓๐๐ คน... (หมายถึง มีคริสตศาสนิกชน) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อดินแดนแถบนี้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทางของฝรั่งก้าวหน้าและทันสมัย ทำให้เป็นแรงกระตุ้น ให้มี

^๔ อ้างแล้ว, สุนทร คัยนันท์, ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์, หน้า ๔๗.

การสำรวจบริเวณลุ่มแม่น้ำบางปะกงนี้อย่างกว้างขวาง เพียงแต่ยังไม่พบหลักฐานที่บันทึกไว้อย่างละเอียดในขณะนี้เท่านั้น

ถึงสมัยรัชกาลที่ ๓ อังกฤษ ฝรั่งเศส ขยายอิทธิพลเข้ามาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รุนแรงขึ้นตามลำดับ ต่อมาเมื่อผลให้ประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงตกไปอยู่ในอำนาจของมหาอำนาจ ดังกล่าว พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมืองและป้อมค่ายขึ้นหลายแห่งที่ฉะเชิงเทรา เมื่อพ.ศ.๒๓๗๗ ได้โปรดเกล้าฯ ให้กรมหลวงรักษมณฑลมาสร้างเมืองพร้อมป้อมปราการ และสร้างวัดเมือง (ต่อมารัชกาลที่ ๕ ได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อว่า "วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์") วัดนี้ใช้เป็นที่ตั้งน้ำพิพัฒน์สัตยา แต่ต่อมาภายหลังเกิดอั้งยี่ยึดเมืองและเผาเมืองใน พ.ศ.๒๓๙๑ ทางราชการจึงเปลี่ยนมา ใช้วัดโสธรฯ เป็นสถานที่ประกอบพิธีแทน

ถึงสมัยรัชกาลที่ ๕ เป็นยุคของการล่าอาณานิคมของชาติมหาอำนาจ เมืองฉะเชิงเทราจึงได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย เพื่อเป็นฐานปฏิบัติการต่อสู้ในด้านทิศตะวันออกอีกครั้งหนึ่ง

เริ่มตั้งแต่การสร้างทางรถไฟมาถึงแปดริ้ว และการสร้างที่ว่าการมณฑลปราจีนไว้ในย่านเดียวกัน คือ ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง โดยยึดเอาลำน้ำอันเป็นทางคมนาคมสำคัญของสมัยนั้นเป็นหลักในการตั้งมณฑลมณฑลรุ่นแรกที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงตั้งใน พ.ศ.๒๔๓๕ นั้น มีถึง ๔ มณฑล แต่ตั้งได้เพียง ๒ มณฑล คือ มณฑลกรุงเก่าและมณฑลปราจีน เพราะไทยได้เกิดเรื่องพิพาทขึ้นกับฝรั่งเศสในอินโดจีนเสียก่อน สำหรับมณฑลปราจีนได้ถือเอาลำน้ำบางปะกงเป็นหลัก มีการสร้างกำลังทหารกองพลฯ ขึ้นที่ตำบลโสธร(ค่ายศรีโสธร) สร้างโรงเรียนตัวอย่างมณฑลปราจีน "ฉะเชิงเทรารังสฤษฎิ์" (ปัจจุบันคือโรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์) กล่าวคือ เขตบริเวณเมืองในสมัยรัชกาลที่ ๕ ทั้งหมดอยู่บนที่ตั้งของเมืองที่เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ ๓ เป็นส่วนใหญ่ ตั้งแต่ตำบลโสธรเลียบฝั่งแม่น้ำบางปะกงจนถึงตำบลบ้านใหม่

การที่ต้องเร่งดำเนินการสร้างบ้านเมืองให้ทันสมัยก็เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่ประชาชน เพราะชาติมหาอำนาจใช้นโยบายสิทธิภาพ นอกอาณาเขตคือคนในบังคับของสถานกงสุลไปขึ้นศาลกงสุลสำหรับต่างดาวโดยเฉพาะชาวจีนต่างก็สนใจที่เป็นคนในบังคับของต่างชาติ และพร้อมกันมีข่าวเรื่องการเสียดินแดนให้กับต่างชาติมหาอำนาจอยู่เนืองๆ จึงทำให้ต้องเร่งแก้ไขสถานการณ์บ้านเมืองให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสต่อการปกครองของราชอาณาจักรไทยและเมืองฉะเชิงเทรา นี้ ก็ได้เป็นแบบอย่างแก่มณฑลอื่นๆ จึงนับเป็นประวัติศาสตร์ที่สมควรบันทึกให้ชาวฉะเชิงเทราได้ภาคภูมิใจโดยถ้วนหน้ากัน (ออนไลน์, ๒๕๕๙)

๒.๑.๓ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๑.๓.๑ วัดโสธรวรารามวรวิหาร เป็นอารามหลวงชั้นตรีที่มีความเก่าแก่ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่รวมประมาณ ๓๓,๗๖๘

ตารางเมตร สันนิษฐานว่าพระอารามแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลาย โดยชาวบ้านผู้มีความศรัทธาในพระพุทธ ศาสนา และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานใน พ.ศ. ๒๔๙๗ ในยุคเริ่มต้นวัดโสธรวรารามวรวิหารมีนามเดิมว่า “วัดหงส์” ชื่อเรียกดังกล่าวเป็นการตั้งตามลักษณะเด่นของวัดซึ่งมีเสาหงส์ปรากฏอยู่ในบริเวณวัด ดังที่ทราบกันว่า เสาหงส์ถือเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของชาวมอญและชุมชนชาวมอญ ต่อมาวัดแห่งนี้ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น พระอารามหลวงใน พ.ศ. ๒๕๐๓ และเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดโสธรวรารามวรวิหาร” ตามชื่อของพระคู่มือเมืองที่ประดิษฐาน อยู่คือ “หลวงพ่อโสธร” ซึ่งเป็นที่เคารพบูชาของชาวฉะเชิงเทรา และชาวพุทธทั่วประเทศ

กล่าวกันว่าผู้คนส่วนมากที่มาสักการะและขอพรต่อองค์พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์นี้ มักสมหวังในสิ่งที่ปรารถนา ในเรื่องต่าง ๆ เช่น ผู้ที่มาขอพรมักจะอธิษฐานให้ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ เช่น โชคลาภ การค้าขาย สุขภาพ และการบำบัดรักษาโรค ความเจริญรุ่งเรืองในหน้าที่การงาน การแคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งหลาย ฯลฯ เป็นเหตุให้ ผู้คนบอกเล่าต่อกัน จนทำให้หลวงพ่อพุทธโสธรเป็นพระพุทธรูปที่ได้รับการรู้จักและศรัทธาอย่างกว้างขวางทั้งในระดับ ท้องถิ่นและในระดับประเทศ วัดพระอาราม^๙

พระพุทธรูปโสธร หรือที่โดยทั่วไปนิยมเรียกว่า หลวงพ่อโสธร ตามประวัติความเป็นมากล่าวไว้ว่า ประดิษฐานที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร อำเภอมะเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ตั้งแต่ราว พ.ศ. ๒๓๑๓ มีตำนานแสดงถึงพุทธานุภาพอันศักดิ์สิทธิ์ที่เล่าขานสืบต่อกันมาว่าเดิมทีนั้นประดิษฐานอยู่ทางภาคเหนือ ต่อมาบ้านเมืองเกิดเหตุการณ์ระส่ำระสายจึงได้แสดงปาฏิหาริย์ลอยน้ำลงมาพร้อมกับพี่น้อง ๓ องค์ พระพุทธรูปองค์ที่มีขนาดใหญ่ล่องไปถึงแม่น้ำแม่กลอง ชาวประมงอัญเชิญขึ้นประดิษฐานไว้ที่บ้านแหลม จังหวัดสมุทรสงคราม และเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “หลวงพ่อบ้านแหลม” พระพุทธรูปองค์เล็กล่องเข้าไปที่คลองบางพลี คือหลวงพ่อโต วัดบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนพระพุทธรูปองค์กลางนั้นล่องไปทางแม่น้ำบางปะกง เมื่อมาถึงบริเวณหน้าวัดหงส์ ชาวบ้านจำนวนมากช่วยกันยกอุ้มแต่ก็ไม่สามารถนำขึ้นจากน้ำได้ จนมีอาจารย์ผู้หนึ่งได้ทำพิธีบวงสรวง และใช้ด้ายสายสิญจน์คล้องพระหัตถ์อัญเชิญขึ้นจากน้ำเป็นอันสำเร็จ วัดหงส์นี้กาลภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นวัดโสธร และขนานนามพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์นี้ตามชื่อวัดคือ “หลวงพ่อโสธร”^{๑๐}

หลวงพ่อพุทธโสธร ถือได้ว่าเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่มือเมืองของฉะเชิงเทรา โดยเป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปางสมาธิ หน้าตักกว้าง ๑.๖๕ เมตร สูง ๑.๔๘ เมตร ฝีมือช่างล้านช้าง ตามตำนานเล่าว่า หลวง

^๙ วชิรพงศ์ มณีนันทวิวัฒน์, วัดพระอารามหลวงในกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ, ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา : บริษัทเอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซท จำกัด, ๒๕๖๔, หน้า ๑๕.

^{๑๐} เลิศลักษณ์ บุญเจริญ, โสธรวรารามวรวิหาร มงคลคู่แปดริ้ว (ที่ระลึกในงานพระราชพิธียกยอฉัตรพระอุโบสถหลังใหม่), กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดาวฤกษ์ จำกัด, ๒๕๕๔, หน้า ๗๘.

พ่อพุทธโสธรเป็นพระพุทธรูปหล่อสำริดปางสมาธิ หน้าตักกว้างศอกเศษ มีรูปทรงสวยงามมาก แต่พระสงฆ์ในวัดเกรงจะมีผู้มาลักพาไป จึงได้เอาปูนพอกเสริมหุ้มองค์เดิมไว้จนมีลักษณะที่เห็นในปัจจุบัน โดยแต่เดิมหลวงพ่อพุทธโสธรประทับอยู่ในโบสถ์หลังเก่าที่มีขนาดเล็ก รวมกับพระพุทธรูปอื่น ๆ ๑๘ องค์ จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๕๐๙ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชเสด็จราชดำเนินมาที่วัดแห่งนี้ มีพระราชปรารภเรื่องความคับแคบของพระอุโบสถเดิม พระพรหมคุณาภรณ์ (จริปญฺโญ ด.เจียม กุลละวณิช) อดีตเจ้าอาวาส จึงได้รวบรวมเงินบริจาคเพื่อจัดซื้อที่ดินสำหรับสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงเป็นองค์ประธานการสร้าง และทรงเป็นผู้กำกับดูแลงานสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๑ และทรงประกอบพิธียกยอดฉัตรทองคำ น้ำหนัก ๗๗ กิโลกรัม ประดิษฐานเหนือยอดมณฑป เมื่อวันที่ ๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๓๙ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ เสด็จมาทรงตัดหวายลูกนิมิต เมื่อวันที่ ๓๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๔๙ ซึ่งในการก่อสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ สร้างขึ้นครอบพระอุโบสถหลังเดิม โดยใช้เทคนิควิศวกรรมสมัยใหม่ โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายองค์หลวงพ่อพุทธโสธรและพระพุทธรูปทั้ง ๑๘ องค์ ศิลปะภายในพระอุโบสถหลวงพ่อพุทธโสธรประกอบด้วยภาพจิตรกรรมฝาผนังโดยรอบนับตั้งแต่พื้นพระอุโบสถ เสา ผนัง และเพดานจะบรรจุเรื่องราวให้เป็นแดนแห่งทิพย์ เป็นเรื่องราวของสี่ทนต์มหาสมุทร จตุโลกบาล สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ พรหมโลก ดวงดาว และจักรวาล โดยตำแหน่งของดวงดาวบนเพดานกำหนดตำแหน่งตรงกับวันที่ ๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๓๙ ณ เวลาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงประกอบพิธียกยอดฉัตรทองคำ^{๑๑}

๒.๑.๓.๒ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี เป็นชุมชนเก่าแก่ มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๓ ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน ตั้งแต่อดีตที่แห่งนี้มีความคับคั่งด้วยผู้คนที่มาประกอบอาชีพค้าขาย เป็นตลาดบกริมน้ำที่เจริญรุ่งเรืองมากซึ่งจะดูได้จากอาคารบ้านเรือนที่ปลูกสร้างติด ๆ กัน และอยู่ชิดริมน้ำแทบทุกหลัง และเป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ เป็นตลาดเก่าอายุกว่า ๑๐๐ ปี จากหลักฐานที่ปรากฏในจดหมายเหตุ พระราชกิจรายวันในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จ.ศ. ๑๒๖๙ (พ.ศ. ๒๔๕๐) ได้เสด็จมาที่ตลาดบ้านใหม่เมื่อวันเสาร์ เดือนยี่แรมแปดค่ำ ทรงทอดพระเนตรตลาดไปจนสุดตลาด

แม้ว่าวันเวลาผ่านไปนานเป็นร้อยปีแต่ความสำคัญของตลาดริมน้ำแห่งนี้ก็ยังคงดำรงอยู่จนถึงปัจจุบันด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาคารห้องแถวที่มีอายุยาวนานมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๕ และยังคงสภาพเหมือนเดิมมาจนถึงปัจจุบัน ห้องแถวในตลาดใหม่มากกว่า ๖๐ ห้องยังคงเป็นบ้าน

^{๑๑} กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, วัดโสธรวรารามวรวิหาร, หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดฉะเชิงเทรา, สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, แหล่งที่มา : <https://culturalenvi.onep.go.th/site/detail/๒๗๖๘>.

ไม้แบบโบราณทั้งหมดประตูไม้พับมีช่องทางเดินตรงกลางลักษณะ หน้าบ้านหันหน้าเข้าหากัน ภายในชุมชนตลาดก็ยังมีคนรุ่นคุณปู่คุณย่า อาศัยพำนักอยู่ และยังคงรักษาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้อย่างน่าทึ่ง ย่องเป็นภาพวิถีชีวิต ที่คอยบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ในอดีต ให้กับผู้มาเยือนได้เห็นเป็นอย่างดี

เมื่อ พ.ศ. ๒๕๔๗ ชุมชนบ้านใหม่พร้อมใจฟื้นฟูตลาดชุมชนอายุกว่า ๑๐๐ ปี เปิดตลาดบ้านใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตย้อนยุค ตลาดบ้านใหม่ เป็นแหล่งรวมอาหารอร่อยเมนูแบบโบราณ ให้เลือกชิมอาหารรสอร่อย เลือกซื้อของฝากจากแปดริ้วในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ อีกทั้งอาคารบ้านเรือนทั่วไปได้รับการปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดีขึ้น ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา อีกแห่งหนึ่ง^{๑๒}

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

ตามคำบอกเล่าของผู้อาวุโสผู้แก่ในสมัยนั้นเล่าสืบต่อกันมาว่า มีครอบครัวหนึ่งอยู่ในฐานะมั่นคงเป็นคนคหบดีมีคนเคารพนับถือ คือ ครอบครัวท่านขุนสมานจินประชา (เดิมชื่อจ่าย) เมื่อท่านขุนสมานจินประชาถึงแก่กรรมแล้ว ภรรยาทั้ง ๒ ของท่านขุนสมานจินประชานางทิม สืบสมาน และนางผ่องสืบสมาน (เพ็ญนคร) พร้อมด้วย นางยี่สุ่น วิริยะพานิช (ผู้เป็นน้องสาว) มีความศรัทธาคิดจะสร้างวัด เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้สามผู้ล่วงลับ จึงได้ดำเนินการสร้างวัด ปรากฏตามหลักฐาน เมื่อ พ.ศ. ๒๔๒๒ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.๕) ทรงเสด็จทางชลมารคผ่านมาได้ทรงแวะเยี่ยมวัด นอกจากนั้นบริเวณท่าน้ำหน้าวัดยังมีพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขของค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความสูง ๑๖ เมตร ความยาว ๒๒ เมตร ความหมายของพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุข คือ ความสุขสบาย ความสุขบริบูรณ์มั่งคั่งพร้อมทุกด้านรื่นรมย์ ไร้ทุกข์ ไร้ความเศร้าหมอง อิ่มหนำสำราญ มีกิน มีโชคลาภ จะนำความความสบายมาสู่ผู้บูชาถือเป็นมหามงคลสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่คู่ประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทราอีกด้วย^{๑๓}

ในงานวิจัยนี้ได้เลือกพื้นที่ในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากชุมชนที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน รวมไปถึงสถาปัตยกรรมที่เป็นอัตลักษณ์

^{๑๒} อ้างถึงแล้ว, ๒๕๖๔, หน้า ๒๒.

^{๑๓} นิคม โขมะนาม, การจัดการวัดไทยเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัดสมานรัตนาราม อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, วารสารศิลปกรรมบูรพา, ๒๕๕๘, หน้า ๑๐๑-๑๑๔.

๒.๒ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด โดย Goeldner & Ritchie^{๑๔} กล่าวถึง สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO : International Union of Official Travel Organization) ซึ่งนิยามการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือการทำงาน และยังสอดคล้องกับ WTO (World Tourism Organization) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ เป็นการชั่วคราว โดยมี ๓ เงื่อนไข คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่เดินทางไป และต้องมีจุดประสงค์การเดินทาง

๒.๒.๑ รูปแบบการท่องเที่ยว

ปาริฉัตร อัจจะนิล^{๑๕} กล่าวว่า การท่องเที่ยวมี ๔ ประเภท ได้แก่

๒.๒.๑.๑ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

๒.๒.๑.๒ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนการเกษตร สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ

๒.๒.๑.๓ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาแต่ไม่ได้เข้าร่วมแข่งขัน

๒.๒.๑.๔ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ได้แก่ การเที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมประเพณี รวมไปถึงการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต เป็นต้น

ในการวิจัยนี้ เราต้องการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่ง มีการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ ดังนี้

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย^{๑๖} ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เดินทางไปในพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ทางด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม

^{๑๔} Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. *Tourism: principles, practices, philosophies* (๑๐th ed.). Hoboken: Wiley. ๒๐๐๖ p.๗.

^{๑๕} ปาริฉัตร อัจจะนิล, พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี จังหวัดสมุทรปราการ. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๔ หน้า ๑๖.

^{๑๖} นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, วารสารมนุษยศาสตร์. ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (ม.ค.-มิ.ย. ๒๕๕๔) , ๒๕๕๔, หน้า ๓๑-๕๐.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา^{๑๗} ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นนั้น

อิสรากร, พัลลวัลย์^{๑๘} ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา^{๑๙} ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยอาศัยการเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังพื้นที่อื่น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ ต้องการศึกษาวិถีการดำเนินชีวิต ประเพณี รวมไปถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ทางด้านสังคม ประเพณี และวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการเคารพวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมนั้น

Stephen Pratt ^{๒๐} อ้างใน Smith (๑๙๙๖) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าจะเกิดขึ้นได้ ด้วย ๑ ในองค์ประกอบของ ๔Hs ได้แก่

๑. Heritage หมายถึง พื้นที่ที่มีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมหรือโบราณคดี รวมไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณี
๒. History หมายถึง พื้นที่ของวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์
๓. Habitat หมายถึง พื้นที่ของร่องรอยการอาศัยอยู่ของชุมชน รวมไปถึงค่านิยมและความเชื่อ

^{๑๗} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๒. (ฉบับปรับปรุง), หน้า ๘๘.

^{๑๘} อิสรากร, พัลลวัลย์, พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างยั่งยืน, รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๖๔, หน้า ๑๖.

^{๑๙} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ ๒. [ฉบับปรับปรุง]. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร. ๒๕๕๘, หน้า ๖๗.

^{๒๐} Stephen Pratt, Dawn Gibson and Apisalome Movono, Tribal Tourism in Fiji: An Application and Extension of Smith's 4Hs of Indigenous Tourism, Asia Pacific Journal of Tourism Research, iFirst article, ๒๐๑๒. (SSN ๑๐๙๔-๑๖๖๕ print/ISSN ๑๗๔๑-๖๕๐๗ online/๑๒/๐๐๐๐๐๑- ๑๙ # ๒๐๑๒ Asia Pacific Tourism Association <http://dx.doi.org/10.1080/10944665.2012.71๗๙๕๗>), p.๒.

๔. Handicraft หมายถึง พื้นที่ที่มีศิลปหัตถกรรม

๒.๒.๒ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา^{๒๑} แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่

๒.๒.๒.๑. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) กล่าวว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่แหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์ วัตถุประสงค์เพื่อเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว และได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่น

๒.๒.๒.๒. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) กล่าวถึง การเดินทางท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ โดยได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ รวมไปถึงด้านความเชื่อพิธีกรรม ส่งผลให้ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว

๒.๒.๒.๓. การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural / Village Tourism) กล่าวถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่โดดเด่น วัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ยังรวมไปถึงผลงานสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา

๒.๒.๒.๔. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) กล่าวคือ การเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ออกกำลังกาย หรือเล่นกีฬา หรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมในการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกาย

๒.๒.๒.๕. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) กล่าวคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนอื่นที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเพื่อผ่อนคลายความเครียด

๒.๓ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media)

สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันมีสื่อมากมายหลายชนิด การเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญ ดังนั้นเราควรศึกษา

^{๒๑} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๒. (ฉบับปรับปรุง), หน้า ๙๒.

ความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นผู้วิจัยมีความต้องการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๓.๑ ความหมายของสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media)

สื่อเป็นภาษาละติน medium ที่แปลว่า กลาง เมื่อนำมาปรับใช้กับภาษาอังกฤษรวมไปถึงวิธี(means) ซึ่งราชบัณฑิตยสถาน^{๒๒} ให้ความหมายของสื่อว่า คือ คนหรือสิ่งที่ให้ข้อมูล และคำว่า Media มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน แปลว่า ระหว่าง อาจหมายถึง อะไรก็ตามที่นำข้อมูลหรือสารสนเทศเดินทางจากแหล่งกำเนิดไปยังปลายทางหรือผู้รับสาร

Romiszowski^{๒๓} ให้ความหมายของสื่อว่าเป็นตัวนำสารจากคนหรือสิ่งใดไปยังผู้รับสาร

Heinich^{๒๔} ให้ความหมายของสื่อว่า เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยมีตัวกลางเชื่อมระหว่างแหล่งกำเนิดกับผู้รับสาร

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สื่อคือสิ่งที่เป็นตัวนำสาร รวมไปถึงช่องทางการติดต่อสื่อสาร จากคนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปยังผู้รับสาร

Guilford^{๒๕} ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการสร้างผลงานใหม่ ด้วยการคิดริเริ่ม และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

Getzels, J.W. and Jackson P.W.^{๒๖} ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดแปลกใหม่ที่เกิดจากการริเริ่ม และเกิดความยืดหยุ่นในระหว่างความคิด

^{๒๒} พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒, ราชบัณฑิตยสถาน, พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๔๖, หน้า ๑๒๐๐.

^{๒๓} Alexander J. Romiszowski, *Educational Technology Magazine is the world's leading periodical publication*, Educational Technology, Vol. ๓๔, No. ๗, Special Issue: Electronic Publishing (September ๑๙๙๔), pp. ๖-๑๒. ๑๙๙๔.

^{๒๔} Heinich, R. et al. *Instructional Media and Technologies for Learning*. New. Jersey: Prentice Hall, Inc. ๑๙๙๖, p.๕.

^{๒๕} Guilford, J.P, *Structure of Intellect Psychological*, New York : McGraw-Hill Book Co., ๑๙๕๖, p. ๓๘๙.

^{๒๖} Getzels, J. W., & Jackson, P. W. *Creativity, and Intelligence: Exploration with Gifted Students*. New York: John Wiley & Sons, ๑๙๖๒, p.๕๕.

E. Paul Torrance^{๒๗} ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นการวางแผนการคิด ด้วยการคิดแบบริเริ่มเพื่อแก้ปัญหา

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดแปลกใหม่ที่เกิดจากการริเริ่ม มีการยืดหยุ่นในระหว่างการคิด เพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับ **กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย**^{๒๘} ให้ความหมายของสื่อสร้างสรรค์ว่าเป็นสื่อที่เกิดจากกระบวนการของการคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสื่อใหม่ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อธรรมชาติ

สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ปัจจุบันสื่อมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วจากการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงควรกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน สื่อประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็นสื่อที่ควบคุมได้ และสื่อที่ควบคุมไม่ได้ ดังนั้นเราควรเลือกใช้สื่อที่ควบคุมได้ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Smith^{๒๙} นำรูปแบบและวัตถุประสงค์มาจัดกลุ่มของสื่อ เป็น ๔ ประเภท ได้แก่ ๑. สื่อระหว่างบุคคลเป็นสื่อที่ต้องเห็นหน้าค่าตาสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ๒. สื่อองค์กรเป็นสื่อที่สามารถควบคุมเนื้อหา เวลาการเข้าถึงของผู้รับสาร ๓. สื่อข่าวสารเป็นการสื่อสารไปให้ผู้คนจำนวนมาก และ ๔. สื่อโฆษณาและส่งเสริมการตลาด เป็นสื่อที่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งภายในและภายนอก ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เลือกสื่อองค์กรมาใช้ในการศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๓.๒ ประเภทของสื่อองค์กร^{๓๐}

๒.๓.๒.๑ สิ่งพิมพ์ (Publications)^{๓๑} ให้ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ว่า เป็นสมุด กระดาษ หรือวัตถุใดๆที่พิมพ์ขึ้น ได้แก่ ภาพวาด แผนผังภาพ ใบประกาศ เป็นต้น ซึ่งสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่ทางองค์กรเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เอง ประกอบไปด้วยสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง (Serial Publications) โดยมี

^{๒๗} Torrance, E.P. and Myers, R.E, **Creative Learning and Teaching**. New York : Dood, Mead and Company, ๑๙๗๒, p.๓๔.

^{๒๘} กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย, **เกมิฟิเคชัน (Gamification) โลกแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเกม**, [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา touchpoint.in.th/gamification, เข้าดูเมื่อวันที่ ๘/๑๑/๒๕๖๖.

^{๒๙} Smith, N, **Corporate Social Responsibility: whether or how?** California Management Review, ๒๐๐๓, p.๑๘๗.

^{๓๐} ญัตติชุตตา วิจิตรจามรี, **หลักการประชาสัมพันธ์**, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๙, หน้า ๑๓๙-๑๔๔.

^{๓๑} พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒, **ราชบัณฑิตยสถาน**, พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๔๖, หน้า ๑๑๙๑.

กำหนดการในการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง เช่น รายสัปดาห์ รายเดือน ได้แก่ วารสาร หรือ จดหมายข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร สิ่งพิมพ์เดี่ยว (Stand-alone Publications) เป็นการเผยแพร่ครั้งเดียว เช่น ใบปลิว แผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก (Brochure) เป็นเอกสารที่นำเสนอข้อมูลได้ละเอียดกว่าแผ่น คู่มือ สื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ โปสเตอร์ เป็นต้น

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

๒.๓.๒.๓ 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 ที่ในปัจจุบันมีการอัดโหลดทางสื่อสังคม ได้แก่ เว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) และ Electronic Publishing ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารที่พัฒนาในรูปแบบออนไลน์ นำเสนอในมุมมองหลากหลายผ่านมัลติมีเดีย มีลิงค์เชื่อมโยงเนื้อหา ที่สำคัญค่าใช้จ่ายในการผลิตไม่สูงเท่าสิ่งพิมพ์

๒.๓.๒.๔ สื่อดิจิทัล (Digital media) จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาสะดวกมากขึ้น เช่น ภาพถ่าย วิดีทัศน์ ที่บันทึกในระบบดิจิทัลและเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็วผ่าน อีเมล (E-mail) หรือ มีการพัฒนาโฮมเพจ (Home Page) หรือเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร มีการใช้อินเตอร์เน็ตผ่านเครื่องมือสื่อสารที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ได้แก่ สมาร์ทโฟน (Smart Phones) ผ่านแอปพลิเคชัน (Applications) ต่างๆ

ในงานวิจัยนี้ได้นำประเภทของสื่อองค์กรมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือในการศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒.๓.๓ วงจรการสื่อสาร^{๓๒}

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ๔ ประการ ได้แก่

๒.๓.๓.๑ ผู้ส่งสาร (Sender) หรือแหล่งสาร (Source) โดยทั่วไปผู้ส่งสารสามารถเป็นได้ทั้งปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยองค์กรจะเป็นผู้กำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าจะส่งสารไปให้แก่ใคร สิ่ง

^{๓๒} นววรรณ ตันติเวชกุล, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๐, หน้า ๓๖- ๓๙.

สำคัญคือผู้ส่งสารต้องตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพราะในยุคปัจจุบันเป็นการอยู่ร่วมกันในสังคมโลก

๒.๓.๓.๒ ตัวสาร (Message) หมายถึงเรื่องราวที่มีความหมายและผ่านการแสดงออกด้วยภาษาหรือสัญลักษณ์ ก่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารต้องรู้ข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร เพราะเป็นวัตถุประสงค์ที่แท้จริงในการส่งสาร

๒.๓.๓.๓ สื่อ (Media) หมายถึง ช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร สิ่งสำคัญคือการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสม โดยพิจารณาความต้องการของผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อสารด้วยภาษาที่กระชับ ชัดเจน สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้

โดยมีองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อ ได้แก่

๒.๓.๓.๓.๑ ข้อความ (Text) ประกอบไปด้วยตัวอักษร เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวสื่อความหมาย ใช้รายละเอียดของเนื้อหาโน้มน้าวเสนอ แสดงผลในรูปแบบสี ขนา

๒.๓.๓.๓.๒ ภาพนิ่ง (Image) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว ได้แก่ ภาพวาด ภาพถ่าย หรือภาพลายเส้น ซึ่งการถ่ายทอดภาพนั้นให้ความหมายลึกซึ้งมากกว่าข้อความ ไม่มีขีดจำกัดด้านภาษา

๒.๓.๓.๓.๓ ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว แสดงเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง สร้างจินตนาการให้แก่ผู้ชม

๒.๓.๓.๓.๔ กราฟฟิก เป็นงานลายเส้นที่ออกแบบรูปภาพสัญลักษณ์ สื่อความหมายโดยใช้เส้นภาพเขียน สัญลักษณ์ อาจผสมภาพถ่าย สื่อความหมายได้ทันที ตรงกับความต้องการ

๒.๓.๓.๓.๕ เสียง (Audio) ถูกจัดเก็บในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัล สามารถเสนอซ้ำกลับไปกลับมา หากมีความเข้าใจจะส่งผลต่อเนื้อหาและการนำเสนอให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะเป็นการสร้างความสนใจ และน่าติดตาม

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

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

๒.๓.๕ กระบวนการผลิตสื่อ^{๓๓}

ขั้นตอนในการผลิตสื่อ การผลิตสื่อมีการทำงานหลายขั้นตอน ซึ่งสามารถแบ่งขั้นตอนการทำงานในกระบวนการผลิตสื่อเป็น ๔ ขั้นตอน ได้แก่

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

๒.๓.๕.๒ ขั้นตอนระหว่างการทำ (Production) เป็นขั้นตอนในการดำเนินงาน ตามแนวทางที่วางแผนไว้ อาจมีการชักซ้อมเพื่อให้ในระหว่างการทำสามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์

๒.๓.๕.๓ ขั้นตอนหลังการทำ (Post-production) เป็นการตัดต่อ ลำดับภาพ บันทึกเสียง และใช้เทคนิคต่างๆ เข้ามาดำเนินงาน หากถ่ายทอดได้ดีจะสามารถส่งสารไปสู่ผู้รับได้อย่างถูกต้อง

๒.๓.๕.๔ ขั้นตอนการนำเสนอจริง (On-air) เป็นการนำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมาย และมีการติดตามผล เพื่อประเมินชิ้นงานที่สร้างสรรค์ขึ้น

จากการศึกษาของ Barker^{๓๔} 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

ดังนั้นการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ให้ตรงกับความต้องการจึงต้องนำองค์ประกอบในด้านต่างๆ มาศึกษาในงานวิจัยนี้

๒.๔ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

๒.๔.๑ ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ Satisfaction ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งสามารถวัดระดับได้ โดยระดับของความพึงพอใจเป็นการแสดงถึงความสำเร็จของกิจกรรม การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการ

^{๓๓} นววรรณ ต้นติเวชกุล, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๐, หน้า ๑๘๓-๑๘๔.

^{๓๔} Barker, M., et al, Social Media Marketing: A Strategic Approach, International Edition, United States: South-Western, Cengage Learning, ๒๐๑๓, p.๑๔๘.

แสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง^{๓๕} แต่สามารถวัดโดยทางอ้อมจากการคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง และมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายคน ดังนี้

Morse^{๓๖} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นการลดระดับความเครียดในการทำงาน เมื่อได้รับการตอบสนองความเครียดนั้นจะลดลง ในทางกลับกันเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดจะเพิ่มขึ้น และส่งผลให้เกิดความไม่พอใจ

Applewhite^{๓๗} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นความสุข รวมไปถึงความสบายที่ได้รับหลังดำเนินการกิจกรรม

สมาน วัฒนรังสี^{๓๘} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่ได้รับการตอบสนองจากการปฏิบัติกิจกรรม มีทัศนคติ ความชอบ ความพอใจ และสามารถวัดระดับความพึงพอใจได้

ราชบัณฑิตยสถาน^{๓๙} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็น การพอใจ และการชอบใจ

ศิริพร พรหมนา^{๔๐} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึกนึกคิดในด้านความพอใจต่อการปฏิบัติงาน

^{๓๕} ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชาและคณะ, รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา, รายงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๑, หน้า ๑๕.

^{๓๖} Morse. N. C, *Satisfactions in the White-Collar Job*, Michigan: University of Michigan, Press., ๑๙๕๓, P.๒๗.

^{๓๗} Applewhite, P. B, *Organization Behavior* Englewood Cliffs, New York: Prentice Hall, ๑๙๖๕, p.๘.

^{๓๘} สมาน วัฒนรังสี.การใช้หนังสือส่งเสริมการอ่านเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถด้านการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๖, หน้า ๕๔.

^{๓๙} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๕๔ เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๗ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๔, (กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖), หน้า ๔๕๕.

^{๔๐} ศิริพร พรหมนา. การพัฒนาชุดกิจกรรมทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้สมองเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, หน้า ๒๕๖๑, หน้า ๔๔.

สุชานาฏ สิตานุรักษ์^{๔๑} ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่มีต่อความต้องการ หากได้รับการตอบสนองจะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงาน แต่หากไม่ได้รับการตอบสนองจะส่งผลเสียต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งระดับความพึงพอใจสามารถบ่งชี้ว่าการจัดกิจกรรมนั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนบุคคล ที่มีต่อการตอบสนองต่อความต้องการ เมื่อได้รับการตอบสนองจะเกิดการพอใจ รวมไปถึงความสุข ลดความเครียดในการดำเนินกิจกรรมได้ หากไม่ได้รับการตอบสนองจะเกิดความไม่พอใจ และเพิ่มความเครียดในการดำเนินกิจกรรมซึ่งสามารถวัดระดับความพึงพอใจได้ สามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม

๒.๔.๒ ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่ได้เมื่อได้รับการตอบสนองที่บุคคลนั้นต้องการซึ่งสามารถบ่งชี้ถึงผลการดำเนินกิจกรรม ซึ่งความพึงพอใจมีความสำคัญดังนี้

สุชานาฏ สิตานุรักษ์^{๔๒} กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการปฏิบัติงาน

เสาวภาคย์ ปฐมพฤษชัย^{๔๓} กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างทัศนคติที่ดีในความสัมพันธ์ส่งผลต่อการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ

สำหรับงานวิจัยนี้เรานำความพึงพอใจมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ โดยบูรณาการกับการท่องเที่ยว ดังนั้นเราจึงศึกษาความสำคัญของความพึงพอใจที่สร้างแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

Swarbrooke^{๔๔} กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า มีความสำคัญ ๓ ประการ ดังนี้

^{๔๑} สุชานาฏ สิตานุรักษ์. การพัฒนาสื่อการเรียนรู้“ชุมชนของเรา” เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียนระดับประถมศึกษาชุมชนป่าต๋มตอน อำเภอพร้าวกะเทียม จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๖๓, หน้า ๓๑.

^{๔๒} สุชานาฏ สิตานุรักษ์. การพัฒนาสื่อการเรียนรู้“ชุมชนของเรา” เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียนระดับประถมศึกษาชุมชนป่าต๋มตอน อำเภอพร้าวกะเทียม จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๖๓, หน้า ๓๒.

^{๔๓} เสาวภาคย์ ปฐมพฤษชัย, ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มคุณภาพการศึกษานครหงส์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต ๑, วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, Vol. ๑๗ No. ๗๗ (๒๐๒๐): เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓, ๒๕๖๓, หน้า ๓๒.

^{๔๔} Swarbrooke, John, Consumer Behavior in Tourism Butterworth-Heinemann, New Jersey: John Wiley and son, Inc, ๑๙๙๙, p. ๒๓๘.

1. เกิดนักท่องเที่ยวนิยมใหม่จากการแนะนำ
2. สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรก
3. ความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นต้นทุนที่สูง ส่งผลเสียต่อองค์กร

๒.๔.๓ การเครื่องมือวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ ประกอบกับระดับความรู้สึกของนักเรียนเพราะความพึงพอใจเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก การวัดจึงวัดจากบุคลิกลักษณะ แรงจูงใจ การรับรู้ แต่มีข้อแตกต่างที่การตีความและวิธีการ เพราะบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปในเรื่องประสบการณ์และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอวิธีการวัดไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ^{๔๕} ได้เสนอวิธีการวัดความพึงพอใจไว้ ดังนี้

๒.๔.๓.๑ การสังเกต (Observation) เป็นการวัดโดยคอยสังเกตพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วนำข้อมูลไปอนุมานว่าบุคคลมีเจตคติต่อสิ่งนั้น ๆ อย่างไร

๒.๔.๓.๒ การรายงานตนเอง (Self – Report) เป็นการวัดโดยการให้บุคคลเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมา จากการเล่านี้สามารถที่จะกำหนดค่าของคะแนนความพึงพอใจ

๒.๔.๓.๓ วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการซักถามกลุ่มบุคคลที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา แต่บางครั้งอาจไม่ได้ความจริงตามที่คาดหวังไว้ เพราะบุคคลที่ใช้เป็นตัวอย่างอาจไม่ยอมเปิดเผยความรู้สึกที่แท้จริง

๒.๔.๓.๔ เทคนิคจินตนาการ (Projective techniques) วิธีนี้อาศัยสถานการณ์หลายอย่างไปเร้าผู้สอบ เมื่อผู้สอบเห็นภาพแปลกๆ ก็จะเกิดจินตนาการออกมาแล้วนำมาตีความหมายจากการตอบนั้นๆ ก็พอจะวัดเจตคติได้ว่าพอใจหรือไม่

๒.๔.๓.๕ วิธีการวัดทางสรีระ คือ ใช้เครื่องมือ เพื่อสังเกตการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย การวัดทางสรีระนี้สามารถกระทำได้โดย การวัดการต้านกระแสไฟฟ้าของผิวหนัง การขยายของลูกนัยน์ตา การวัดฮอร์โมนบางชนิด

๒.๔.๓.๖ การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่แพร่หลายอีกวิธีหนึ่ง

จากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การสังเกต การรายงานตน การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัด จึงจะส่งผลให้การวัดมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ

^{๔๕}ล้วน สายยศและอังคณา, เทคนิคการวิจัยการศึกษา, (กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, ๒๕๓๖), หน้า

๒.๔.๔ การสร้างเครื่องมือวัดความพึงพอใจ

เชิดศักดิ์ โฆวาสินทร์^{๔๖} และ ประภาเพ็ญ สุวรรณ^{๔๗} ได้สร้างเครื่องมือวัดความพึงพอใจโดยมีลักษณะใกล้เคียงกันดังนี้

๒.๔.๔.๑ รวบรวมข้อความที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการวัด

๒.๔.๔.๒ พิจารณาว่าต้องการวัดความพึงพอใจของใครที่มีต่ออะไร และให้ความหมายของความพึงพอใจและสิ่งที่จะวัดนั้นให้แน่นอน

๒.๔.๔.๓ เมื่อตีความหมายของสิ่งที่ต้องการวัดแน่นอนแล้ว ก็สร้างข้อความในแต่ละข้อนั้นๆ ให้ครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อเหล่านั้น ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

๒.๔.๔.๓.๑ ต้องเป็นข้อความที่เขียนในแง่ความรู้สึก ความเชื่อ หรือความตั้งใจที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ใช่ข้อเท็จจริง

๒.๔.๔.๓.๒ ข้อความที่บรรจุในสเกลจะต้องประกอบด้วยข้อความที่เป็นบวกและลบคละกันไป

๒.๔.๔.๓.๓ ข้อความในแต่ละข้อต้องสั้น เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่กำกวม

๒.๔.๔.๔ เมื่อได้ข้อความเพียงพอแล้วก็บรรจุลงในสเกล โดยมีตัวเลือก ๕ ตัวเลือก ดังนี้คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด

๒.๒.๕.๕ การกำหนดน้ำหนักในการตอบตัวเลือกต่างๆ แต่ละข้อ ซึ่งในการกำหนดน้ำหนักว่าตัวเลือกใดจะมีน้ำหนักเท่าใดนั้น มีวิธีการอยู่ ๓ วิธี แต่ที่นิยมใช้กันมากที่สุด คือ Arbitrary weighting method ซึ่งกำหนดให้แต่ละตัวเลือกมีน้ำหนักเป็น ๕, ๔, ๓, ๒ และ ๑ ถ้าข้อความเป็นบวก และ ๑, ๒, ๓, ๔ และ ๕ ถ้าชนิดของข้อความเป็นลบ

๒.๔.๔.๖ ตรวจสอบข้อความที่สร้างขึ้นโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คน ให้เขาระบุข้อบกพร่อง การใช้ภาษา ความเข้าใจตรงกัน นำมาปรับปรุงแก้ไข

๒.๔.๔.๗ ทดลองก่อนนำไปใช้จริง โดยการนำข้อความที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ ๑๐๐ คน ที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย วิเคราะห์คุณภาพของข้อความแต่ละข้อ โดยการหาค่าอำนาจจำแนก ด้วยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนข้อคำถามเป็นรายข้อกับรายฉบับ (Item – test correlation) และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)

^{๔๖}อ้างแล้ว, เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์, การวัดผลการศึกษา, หน้า ๑๔๖.

^{๔๗}ประภาเพ็ญ สุวรรณ, การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๖), หน้า ๔๕-๔๖.

๒.๔.๔.๘ ปรับปรุงข้อความและเลือกข้อความที่มีคุณภาพ

๒.๒.๕.๙ นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของคำถามว่าเป็นบวกหรือลบ ถ้าข้อความเป็นบวก การให้คะแนนจะเป็น ๕, ๔, ๓, ๒ และ ๑ ตามลำดับ ในกรณีที่ข้อความนั้นเป็นลบ

การให้คะแนนจะเป็น และ ๑, ๒, ๓, ๔ และ ๕ ตามลำดับ ทดลองใช้แบบสอบถามเพื่อเลือกข้อความ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มที่มีลักษณะพื้นฐานคล้ายๆ กับกลุ่มที่เราจะศึกษา แล้วมาวิเคราะห์ข้อความ เลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความแตกต่างของคะแนนในกลุ่มที่ได้คะแนนสูงสุดกับกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำสุด เพราะถือว่าคำถามเหล่านี้สามารถวัดความรู้สึกที่แตกต่างกันได้

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัดความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบลิเคอร์ท โดยการแสดงความรู้สึกความพึงพอใจเป็น ๕ ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด เป็นเครื่องมือวัด

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

อัจฉรพร เณลิขิต และคณะ^{๔๘} ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย พบว่า ๑) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 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 $r = 0.559$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม ๒) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการ

^{๔๘} อัจฉรพร เณลิขิต และคณะ, การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.247$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม

สุขุมารณ์ ชันศรี^{๔๙} ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมงานเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระยอง ๔๙ โดยใช้สื่อทั้งสิ้น ๕ รูปแบบ คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายคัทเอ๊าท์ โรล-อัพและเว็บไซต์ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน ๓๖๗ คน โดยใช้แบบสอบถามพบว่า ๑) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายได้รับรู้ข่าวสารการจัดงานและรายละเอียดของงานจากสื่อทั้ง ๕ ประเภท ๒) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อทั้งหมดคือให้ความรู้และข้อมูลตามที่ผู้จัดเสนอได้ดังนี้ ๒.๑) ป้ายคัทเอ๊าท์เหมาะสำหรับประชาสัมพันธ์ภายนอกให้ความรู้กับผู้เดินทางผ่านได้ดี ๒.๒) โรล-อัพ ๔ แบบให้ความรู้ในบริเวณงานเกี่ยวกับตำบลระยอง ภูมิประเทศ สถานที่ท่องเที่ยว อาชีพและธุรกิจของชุมชนได้ดี ๒.๓) เว็บไซต์เหมาะสำหรับการให้ความรู้กับผู้ที่ต้องการหาสถานที่ท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของ ททท. ทำให้รับรู้ในวงกว้าง ๒.๔) แผ่นพับและ ๒.๕) โปสเตอร์ อย่างละ ๒ แบบเป็นสื่อที่ใช้ได้ทั้งก่อนและภายในวันงานทำให้ทราบรายละเอียดของสถานที่จัดงาน ภูมิประเทศ อาชีพ สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ข้อมูลอาหารและผลไม้ดี สื่อทำมาได้ดีสวยงามน่าสนใจ สรุปได้ว่า สื่อทุกสื่อดี และเหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระยอง ๔๙ ผู้จัดควรจัดงานนี้ทุกปี เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง การเดินทางง่าย และสะดวก ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดงานครั้งต่อไปควรเผยแพร่ในสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วย ในเรื่องของระยะเวลา สถานที่การเผยแพร่ให้มากขึ้นและนานขึ้น และควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งอื่น ๆ เช่น จันทบุรีที่มีฤดูกาลของผลไม้ด้วยเช่นกัน

ยุชิตา กันหาเมือง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์^{๕๐} ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า ๑) รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชน คือ การกราบสักการะหลวงพ่อโต หลวงพ่อเพชร ไหว้ศาลท้าวแสนปม เยี่ยมชมวัดวังพระธาตุ เจดีย์เจ็ดยอด วัดพระปรารค์ วัดท้ายเกาะ และต้นหว้าใหญ่ ๒) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอยู่ในช่วงอายุระหว่าง ๒๐-๓๐ ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จัก คือ วัดวัง

^{๔๙} สุขุมารณ์ ชันศรี, การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์, การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, ๒๕๕๑, หน้า ๖๐๑-๖๐๗.

^{๕๐} ยุชิตา กันหาเมือง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์, การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร, รายงานการประชุมระดับชาติและนานาชาติ, ๒๕๖๒, หน้า ๘๓๖-๘๔๖.

พระธาตุและศาลท้าวแสนปม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำในการมาเที่ยว คือ การเที่ยวชมวัดวังพระธาตุ กราบสักการะหลวงพ่อดโต หลวงพ่อเพชร ศาลท้าวแสนปม และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการกระทำในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป คือ การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน การละเล่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน

กรกนก นิลดำ และคณะ^{๕๑} ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแถบตะวันตกและชาวไต้หวันมาท่องเที่ยวมากกวาชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีจุดประสงค์ เพื่อต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีคนชาติพันธุ์หลากหลายชนเผ่า จึงมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและชาติพันธุ์สูง ซึ่งชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวทั้งพักค้างคืนและไม่ค้างคืน ผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวและมาด้วยตัวเองในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวด้วยตัวเองโดยแะเป็นทางผ่านเพื่อไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยพบปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือ นักท่องเที่ยวมิได้มีความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว เพียงแต่เป็นทางผ่านเท่านั้น วิธีการดำรงชีวิตประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป ขาดการสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชาติพันธุ์ อีกทั้งพบว่า มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่คล้ายกัน ตลอดจนขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักจากหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่น

วิลาสินี ธนพิทักษ์^{๕๒} ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการพบว่า (๑) ชุมชนศึกษาเรียนรู้ร่วมกันในการสำรวจวางแผน โดยใช้กระบวนการวงจรคุณภาพ (PDCA) และสร้างเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง (๒) ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพความพร้อมของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิต และสามารถ เป็นต้น แบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

^{๕๑} กรกนก นิลดำ และคณะ, แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒, ๒๕๖๒, หน้า ๒๒๐-๒๓๗.

^{๕๒} วิลาสินี ธนพิทักษ์, การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง, วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔, หน้า ๒๘-๓๘.

McKercher & du Cros^{๕๓} ได้ศึกษาเรื่อง Cultural Tourism : The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม โดยเน้นถึงบทบาทของสื่อสร้างสรรค์ในการนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรมให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

Guttentag^{๕๔} ได้ศึกษาเรื่อง Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism ผลการวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยี VR ในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเสมือนจริง โดยพบว่าเทคโนโลยีนี้ช่วยเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

Richards^{๕๕} ได้ศึกษาเรื่อง Creativity and Tourism: The State-of-the-Art ผลการวิจัยพบว่า ควรเน้นที่ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนและการใช้ความคิดสร้างสรรค์สามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

Li Wang^{๕๖} ได้ศึกษาเรื่อง "The Role of social media in Cultural Tourism Promotion: A Case Study of Chinese Tourists" ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพบว่าแพลตฟอร์มเช่น WeChat, Weibo และ Douyin (TikTok) ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลทางวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้น และเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์และกระชับ

UNESCO^{๕๗} ได้ศึกษาเรื่อง "Youth and Creative Industries: Promoting Cultural Tourism through Digital Media" ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของเยาวชนในการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญ โดยชี้ให้เห็นว่าเยาวชนสามารถนำเสนอวัฒนธรรมในมุมมองที่ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

^{๕๓} McKercher, B., & du Cros, H. (๒๐๐๒). **Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**. New York: Haworth Hospitality Press.

^{๕๔} Guttentag, D. A. (๒๐๑๐). **Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism**. *Tourism Management*, ๓๑(๕), pp.๖๓๗-๖๕๑.

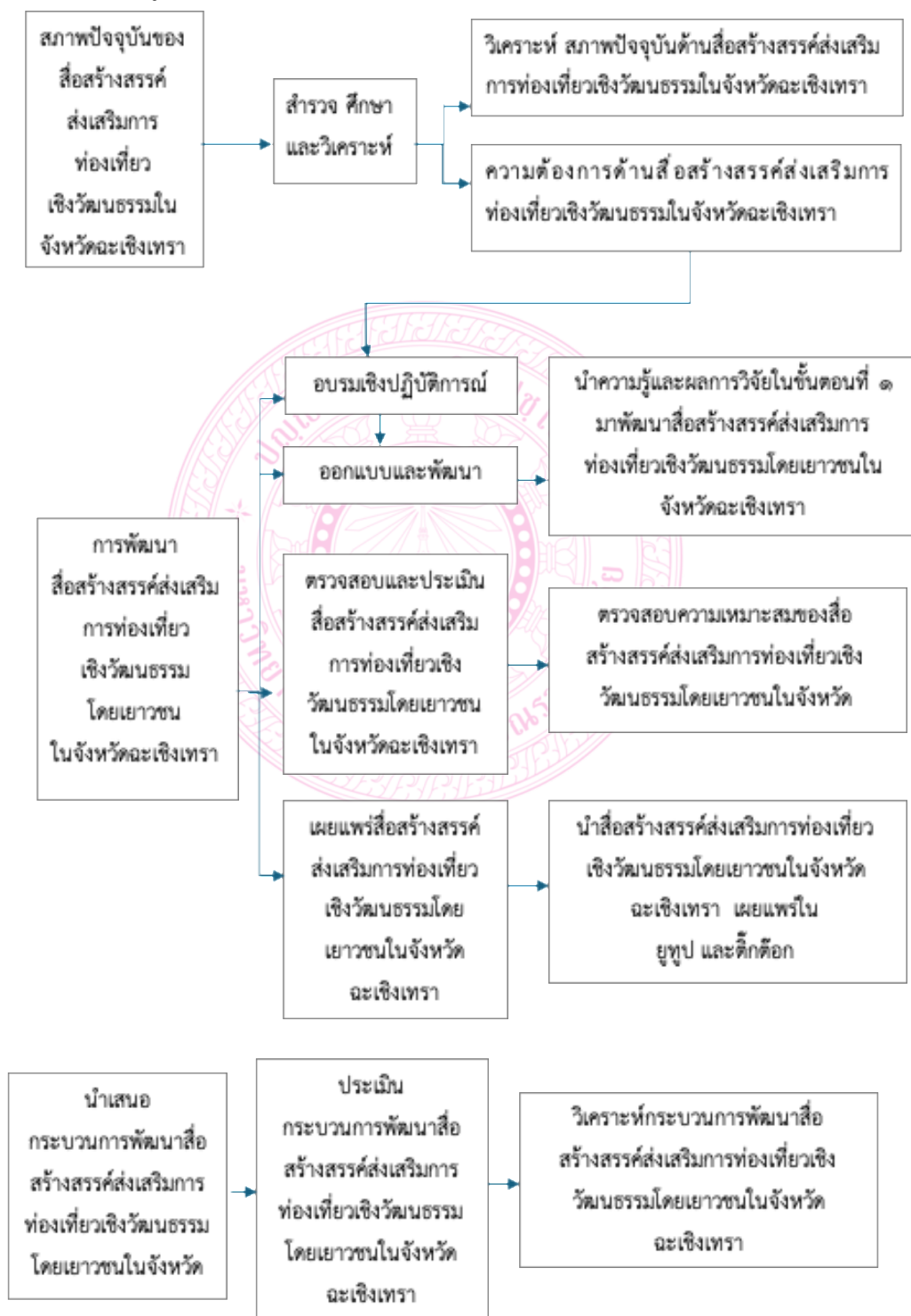
^{๕๕} Richards, G. (๒๐๑๑). **Creativity and Tourism: The State-of-the-Art**. *Annals of Tourism Research*, ๓๘(๔), pp.๑๒๒๕-๑๒๕๓.

^{๕๖} Li, X., Wang, Y., & Yu, Y. (๒๐๑๘). **The Role of Social Media in Cultural Tourism Promotion: A Case Study of Chinese Tourists**. *Journal of Destination Marketing & Management*, ๘, pp.๑๓๙-๑๔๘.

^{๕๗} UNESCO. (๒๐๒๐). **Youth and Creative Industries: Promoting Cultural Tourism through Digital Media**. Paris: UNESCO Publishing.

๒.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำราวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๑ แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ใช้รูปแบบงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การออกแบบการวิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเชื่อมโยง ความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องในแต่ละระดับของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับบริบทด้านต่างๆ โดยนำผลจากการศึกษาที่ได้ในขั้นตอนที่หนึ่งไปใช้ประโยชน์ในขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นภายในขั้นตอนต่างๆ ของการวิจัย รวมทั้งรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานการวิจัย หนังสือ บทความ วารสารและแบบสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูล การรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบคำถามของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

๓.๒ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โดยใช้จุดอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) ตามแนวคิดของ Lincoln & Guba (1985)^๑ เพราะเป็นจุดที่ไม่มีข้อมูลใหม่ที่มีนัยสำคัญเพิ่มเติมจากการเก็บข้อมูล

๓.๒.๑ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ศึกษา

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓.๒.๑.๑ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๔ คน ได้แก่ ด้านสื่อ ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)^๒ ดังนี้

- ๑) คุณฐณินันท์ เรืองฐนสิษฐ์ ศรีเอเตอร์ดิจิทัล เจ้าของ Social Media : ฝีบักับขาจร
- ๒) คุณรัชพงษ์ แสงสุรินทร์ ศรีเอเตอร์ดิจิทัล เจ้าของ Social Media : ฝีบักับขาจร
- ๓) คุณภักธณภณ ศิริฉัตรเดชา กราฟฟิคดีไซน์
- ๔) คุณสาวณัฐปาณิน ต้นขุนชัยพัฒน์ กราฟฟิคดีไซน์

๓.๒.๑.๒ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๒ คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

- ๑) คุณกฤษฎา วิเศษภูสสิน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- ๒) อาจารย์วรชิตพงศ์ มณีนันท์วัฒน์ ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและท้องถิ่น

- ๓) คุณธนพล พิมรัตน์ ตำแหน่ง นักวิชาการวัฒนธรรม

๓.๒.๑.๓ กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๑ คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

- ๑) พระครูโสภณสรกิจ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร
- ๒) พระครูศรีปริยัติวิมล ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร
- ๓) พระครูภาวนาภิกิจพิลาส ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร
- ๔) พระมหาพิชัยมก์ ปริบุญโญ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร
- ๕) พระครูสิริวิริยธาดา ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร
- ๖) คุณสุวัฒน์ สว่างเวียง เจ้าหน้าที่วัดโสธรวราราม ประชาสัมพันธ์ในพระวิหาร

^๑ Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications. 1985. P.221.

^๒ Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. SAGE Publications. P. 155.

๗) อาจารย์ประสาน จันทมาลา ครูสอนโรงเรียนพระปริยัติธรรมวัดโสธรวราราม

๘) พระราชวชิรประชานาถ เจ้าอาวาสวัดสมานรัตนาราม

๙) คุณยุวดี กิตาการ

๑๐) คุณธารทิพย์ สุบิน

๑๑) ดร.คณิตศาสตร์ มั่นในบุญธรรม

๑๒) คุณปิติวัฒน์ โคยะทา

๑๓) คุณประเสริฐ ผู้เพชร

๑๔) พระครูพินิจวรกิจพิมล ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดเทพนิมิต

๑๕) คุณทับทิม กักสุวรรณ ประธานชุมชนตลาดบ้านใหม่

๑๖) คุณฉันทย์ชา ภิรักษ์จิรบูรณ์

๑๗) องปัลลิตศรายุธ เพื่อกเตื่อง (จันทนะ), ดร.

๑๘) คุณสาคร กนกทิพย์พรชัย

๑๙) พระสมุห์สรารุณ

๒๐) พระครูกมลธรรมรัต

๒๑) คุณสุรัสวดี มหาวิริยทัย

๓.๒.๑.๔ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อจากบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราและคนในชุมชน จำนวน ๑๘ คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

๓.๒.๑.๕ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อ จำนวน ๑๐๐ คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ดังนี้

รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๔๖ คน

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓.๒.๑.๖ กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน โดยการรับสมัคร

๓.๒.๑.๗ กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อจากบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา และคนในชุมชน จำนวน ๑๐๐ คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๔๕ คน

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓.๒.๑.๘ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน ๒ คน ด้านสื่อ ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๑) นางสาวภิญญา วรคุณทรัพย์ ศรีเอเตอร์ดิจิทัล เจ้าของ Social Media : แปดริ้วสตอรี่

๒) นายภักตชนกณ ศิริฉัตรเดชา กราฟฟิคดีไซน์

๓.๒.๑.๙ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๖ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๑) อาจารย์ธนเทพ ศิริพัลลภ ตำแหน่ง รองคณบดี ผอ.โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

๒) อาจารย์วชิรพงศ์ มณีนันทวิวัฒน์ ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและท้องถิ่น

๓) นางพวงผกา วิมลภักตร์ ตำแหน่ง ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔) นางสาวสุนทรี เจียสุวรรณ ตำแหน่ง ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

๕) คุณประภัสสร ประภาเลิศ ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

๖) นายกฤษ วิชาญสิน ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

๗) ผศ.ดร.จตุพล พรหมมี ตำแหน่ง รักษาการรองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์ ฝ่ายวิชาการ ได้รับมอบหมายจากวิชาการผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์

๓.๒.๑.๑๐ กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๖ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๑) พระครูสิริวิริยธาดา ตำแหน่ง ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร

๒) นางนุชนาถ ธงทองทิพย์ ตำแหน่ง วัดโสธรวราราม วรวิหาร

๓) นายสรพงษ์ สุรพิพิธ ตำแหน่ง คณะกรรมการชมรมรักษตลาดบ้านใหม่ฝ่ายประชาสัมพันธ์

๔) นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์ ตำแหน่ง กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม

๕) นายมานิช เถาว์เพ็ง ตำแหน่ง กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม

๖) คุณธารทิพย์ สุบิน ตำแหน่ง ตัวแทนจากตลาดบ้านใหม่

๓.๒.๑.๑๑ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ จำนวน ๑ คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๑) พระครูสุตธรรมาภรณ์, ผศ.ดร. ตำแหน่ง รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา)

รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑๖ คน

๓.๒.๒ พื้นที่และระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

๑) พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ๑) ชุมชนวัดโสธรวราราม วรวิหาร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒) ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทรา ๓) ชุมชนวัดสมานรัตนาราม ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

๒) ระยะเวลาในการศึกษา รวมทั้งสิ้น ๑๒ เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๓.๑ ประเภทเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๑) แบบสอบถาม (Questionnaire)

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นมี ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิสำเนา

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามแบบเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๐ ข้อ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนของ Likert Scale โดยแบ่งระดับ ๕ ระดับ ในการศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลจากสื่อ ดังนี้

ระดับการได้รับข้อมูลจากสื่อมากที่สุด เท่ากับ ๕ คะแนน

ระดับการได้รับข้อมูลจากสื่อมาก เท่ากับ ๔ คะแนน

ระดับการได้รับข้อมูลจากสื่อปานกลาง เท่ากับ ๓ คะแนน

ระดับการได้รับข้อมูลจากสื่อน้อย เท่ากับ ๒ คะแนน

ระดับการได้รับข้อมูลจากสื่อน้อยที่สุด เท่ากับ ๑ คะแนน

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสอบถามแบบเกี่ยวกับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๐ ข้อ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนของ Likert Scale โดยแบ่งระดับ ๕ ระดับ ในการศึกษาความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์มากที่สุด เท่ากับ ๕ คะแนน

ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์มาก เท่ากับ ๔ คะแนน

ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ปานกลาง เท่ากับ ๓ คะแนน

ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์น้อย เท่ากับ ๒ คะแนน

ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์น้อยที่สุด เท่ากับ ๑ คะแนน

ตอนที่ ๔ เป็นแบบสอบถาม ข้อเสนอแนะด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๔ ข้อ โดยใช้ข้อคำถามแบบปลายเปิด (Close Ended Question)

ระยะที่ ๓ ประเมินกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นมี ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๑๘ ข้อ

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๓ ข้อ โดยใช้ข้อคำถามแบบปลายเปิด (Close Ended Question)

๒) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการตั้งคำถามในแบบสัมภาษณ์สำหรับตัวแทนกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มตัวแทนชุมชน เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชนเพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น ๓ ตอนดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ สืบหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๓ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓) แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ระยะที่ ๓ ประเมินกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ มาสร้างเป็นรูปแบบการสนทนากลุ่ม แล้วนำไปเป็นแบบในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มตัวแทนชุมชน กลุ่มตัวแทนผู้ใช้สื่อ โดยกลุ่ม

เยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมไปถึงนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย เพื่อร่วมกันวิเคราะห์กระบวนการ เพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

๔) แบบการสังเกตการณ์(Observation)

๑. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อสังเกตสภาพแวดล้อมของพื้นที่ศึกษา การสังเกตการณ์ท่องเที่ยว วิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ เป็นต้น

๕) คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยพัฒนาคู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อหา ประกอบไปด้วย

บทที่ ๑ บทนำ กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเดินทางเพื่อเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีองค์ประกอบหลากหลาย เช่น สถานที่ ประเพณี และวิถีชีวิต สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

บทที่ ๒ พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ กล่าวถึง การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ต้องอาศัยหลักการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ เช่น AIDA Model (ดึงดูดความสนใจ กระตุ้นความสนใจ สร้างความต้องการ และผลักดันให้เกิดการกระทำ) รวมถึงเทคนิค Storytelling ที่ช่วยให้การนำเสนอเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและตรึงใจผู้ชม

บทที่ ๓ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ กล่าวถึง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ การ์ดประชาสัมพันธ์ และอินโฟกราฟิก เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การออกแบบต้องคำนึงถึงความชัดเจนของเนื้อหา การใช้สี ฟอนต์ และภาพประกอบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ ๔ การพัฒนาสื่อดิจิทัล กล่าวถึง สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ และสามารถใช้อุปกรณ์ CapCut เพื่อการตัดต่อที่มีคุณภาพ รวมถึงมีแนวทางการโพสต์ลงโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๕ การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว กล่าวถึง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลช่วยเพิ่มการเข้าถึงและดึงดูดนักท่องเที่ยว การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram และ TikTok เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมตแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลช่วยให้สามารถวางแผนการตลาดได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น

บทที่ ๖ กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ กล่าวถึง กิจกรรมเชิงปฏิบัติการประกอบด้วยการ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การถ่ายทำวิดีโอ และการตัดต่อเพื่อเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย ผู้เรียนจะได้ฝึก ปฏิบัติจริงเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างสื่อที่สามารถนำไปใช้ได้ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บทที่ ๗ บทสรุปและแนวทางต่อยอด กล่าวถึง การนำความรู้ไปใช้จริงช่วยให้เกิด ประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงสามารถต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อ สร้างสรรค์เยาวชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านการใช้สื่อดิจิทัลและการสร้างสรรค์ เนื้อหาที่ทันสมัยและน่าสนใจ

๓.๓.๒ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการทาง การศึกษามาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

๒. สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการที่จะศึกษา

๓. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุง

๔. ปรับปรุงแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะ

๕. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา

๑. ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการ ทางการศึกษามาเป็นแนวทางในพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. พัฒนาคู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนใน จังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อนำไปใช้ในการอบรมให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนดังนี้

๒.๑ วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่ เกี่ยวข้อง

๒.๒ ออกแบบโครงสร้างคู่มือ โดยกำหนดหัวข้อหลัก เนื้อหา และรูปแบบการ นำเสนอ จัดทำร่างคู่มือฉบับแรก พร้อมเนื้อหาประกอบ เช่น แบ่งเนื้อหาออกเป็น ๗ บท ได้แก่

บทนำ (แนวคิดทอ้งเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสื่อสร้างสรรค์) พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การพัฒนาสื่อดิจิทัล การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ บทสรุปและแนวทางต่อยอด

๒.๓ สร้างเนื้อหาคู่มือ โดยจัดทำเนื้อหาตามโครงสร้างที่กำหนด รวมตัวอย่างสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ได้จริง เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอ และแคมเปญออนไลน์ ออกแบบรูปแบบคู่มือให้อ่านง่ายและใช้งานสะดวก

๒.๔ นำเสนอร่างคู่มือให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และเหมาะสม ปรับปรุงคู่มือตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ประกอบไปด้วย

๒.๔.๑) ผศ.ดร.จตุพล พรหมมี อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

๒.๔.๒) ผศ. ดร. ภูริทัต ศรีอร่าม รักษาการผู้อำนวยการสำนักงานวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

๒.๔.๓) อาจารย์ ดร.วีระนุช แยมยืม รองผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

๒.๕ ทดสอบการใช้คู่มือกับกลุ่มเยาวชนเป้าหมาย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและประสิทธิภาพ

๒.๖ สรุปผลการทดสอบ และแก้ไขให้เป็นคู่มือฉบับสมบูรณ์

ระยะที่ ๓ เสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการทางการศึกษามาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

๒. สร้างแบบสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการที่จะศึกษา

๓. นำแบบสัมภาษณ์สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุง

๔. ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะ

๕. นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

๓.๓.๓ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ดังนี้

๑. การหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ ท่าน ดังนี้

๑.๑) นายกฤษ วิชาญสิน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

๑.๒) อาจารย์ณัฐ สบายสุข อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

๑.๓) อาจารย์ ดร. วีระนุช แยมยิ้ม/วชิรพงศ์ มรรันนทิวพันธ์ รองผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า ๐.๕ มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง ๓ ท่านซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่า แบบสอบถามทุกข้อที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒. ได้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

ระยะที่ ๓ นำเสนอกระบวนการสื่อสารสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์และที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ดังนี้

๑. การหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ ท่าน ดังนี้

๑.๑) นายกฤษ วิชาญสิน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

๑.๒) อาจารย์ณัฐ สบายสุข อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

๑.๓) อาจารย์ ดร. วีระนุช แยมยิ้ม รองผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า ๐.๕ มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง ๓ ท่านซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่า แบบสอบถามทุกข้อที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒. ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

๓.๔ การเก็บรวบรวมการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ระยะที่ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

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

๕. เก็บข้อมูลบริบทชุมชนและศึกษาความต้องการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๖. ทำหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และการสนทนาแบบกลุ่ม พร้อมแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ พร้อมนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

๗. ทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้

๘. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์การสนทนาแบบกลุ่มด้วยแบบสัมภาษณ์ ตามที่นัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยมีการบันทึกเทป จดบันทึก และถ่ายภาพนิ่งระหว่างการสัมภาษณ์

๙. นำข้อมูลดิบที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์โดยวิธีการที่เหมาะสม และนำเสนอต่อไป

ระยะที่ ๒ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. รับสมัครเยาวชนต้นแบบในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน

๒. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่เยาวชนเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. วางแผนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๕. ผู้วิจัยร่วมกับเยาวชนลงพื้นที่ เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๖. นำเสนอสื่อที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อร่วมกันให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนาสื่อให้ได้มาตรฐาน

๗. แก้ไขสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้สมบูรณ์

ระยะที่ ๓ เพื่อเสนอกระบวนการการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา แบบสอบถามมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ทำหนังสือขออนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

๒. ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่พัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถาม จำนวน ๑๐๐ ฉบับ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการไปแจกด้วยตนเองและรับกลับคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน ๑๐๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐

๕. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๕.๑ แบบสอบถามสำหรับ

มีการสรุปผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ซึ่งเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตาราง ประกอบการวิเคราะห์

๓.๕.๒ แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

๑. คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยนำคำสัมภาษณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์มา เปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะ ของข้อมูล

๒. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้วนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทาง เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะ ที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล

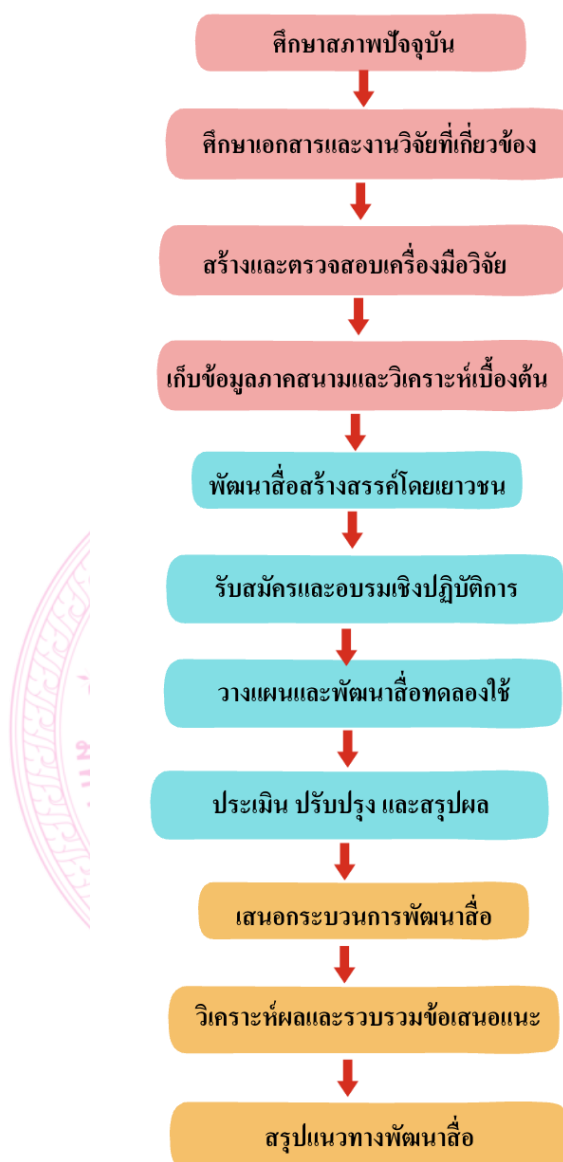
๓. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกันอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์และเขียนรายงานข้อมูลที่ได้จากการวิจัย

๓.๕.๓ การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ สรุปผลการสนทนากลุ่ม และการสร้างข้อมูล เพื่อศึกษาความต้องการสื่อสารสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Document Research) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) รวมทั้งการ ตอบแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลออกมาในลักษณะของการพรรณนาซึ่งนำไปสู่ การพัฒนาสื่อสารสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พัฒนา สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสนอ กระบวนการพัฒนาสื่อสารสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อหาคำตอบในการวิจัยและสรุปผลตามหลักวิชาการประกอบการเขียนรายงาน

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย



ภาพที่ ๓.๑ กระบวนการวิจัย

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น ๔ ตอน ดังนี้

๔.๑ ผลการศึกษา วิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๒ ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๓ ผลการเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	หมายถึง	ประชากรทั้งหมด
n	หมายถึง	กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

๔.๑ ผลการศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๑.๑ ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วิเคราะห์จำนวนและร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

๑. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
๑.๑ ชาย	๓๙	๓๙.๐๐
๑.๒ หญิง	๖๑	๖๑.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๒. อายุ		
๒.๑ ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๑๕	๑๕.๐๐
๒.๒ ๒๐-๓๗ ปี	๔๖	๔๖.๐๐
๒.๓ ๓๗-๕๓ ปี	๑๙	๑๙.๐๐
๒.๔ ๕๔ ปี ขึ้นไป	๒๐	๒๐.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๓. ระดับการศึกษา		
๓.๑ ประถมศึกษา	๙	๙.๐๐
๓.๒ มัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	๓๗	๓๐.๐๐
๓.๓ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	๖	๖.๐๐
๓.๔ปริญญาตรี	๕๒	๕๒.๐๐
๓.๕ สูงกว่าปริญญาตรี	๓	๓.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐

๔. อาชีพ		
๔.๑ นักเรียน/นักศึกษา	๒๙	๒๙.๐๐
๔.๒ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๑๕	๑๕.๐๐
๔.๓ พนักงานบริษัทเอกชน	๑๙	๑๙.๐๐
๔.๔ ธุรกิจส่วนตัว	๑๙	๑๙.๐๐
๔.๕ รับจ้าง	๑๖	๑๖.๐๐
๔.๖ อื่น ๆ	๒	๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๕. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน		
๕.๑ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒๐	๒๐.๐๐
๕.๒ ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๕๔	๕๔.๐๐
๕.๓ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท	๒๘	๒๘.๐๐
๕.๔ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ บาท	๒	๒.๐๐
๕.๕ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท	๓	๓.๐๐
๕.๖ มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาท	๒	๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๖. ภูมิลำเนา		
๖.๑ ภาคเหนือ	๒	๒.๐๐
๖.๒ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๑๒	๑๒.๐๐
๖.๒ ภาคกลาง	๒๗	๒๗.๐๐
๖.๒ ภาคใต้	๓	๓.๐๐
๖.๒ ภาคตะวันออก	๕๔	๕๔.๐๐
๖.๓ ภาคตะวันตก	๒	๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน ๖๑ คน (ร้อยละ ๖๑.๐๐) และเป็นเพศชาย จำนวน ๓๙ คน (ร้อยละ ๓๙.๐๐)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ ๒๐-๓๗ ปี จำนวน ๔๖ คน (ร้อยละ ๔๖.๐๐) อายุ ๕๔ ปีขึ้นไป จำนวน ๒๐ คน (ร้อยละ ๒๐.๐๐) อายุ ๓๘-๕๓ ปี จำนวน ๑๙ คน (ร้อยละ ๑๙.๐๐) และอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี จำนวน ๑๕ คน (ร้อยละ ๑๕.๐๐)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๕๒ คน (ร้อยละ ๕๒.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน ๓๐ คน (ร้อยละ ๓๐.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน ๙ คน (ร้อยละ ๙.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน ๖ คน (ร้อยละ ๖.๐๐) และมีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน ๓ คน (ร้อยละ ๓.๐๐)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวน ๒๙ คน (ร้อยละ ๒๙.๐๐) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๑๙ คน (ร้อยละ ๑๙.๐๐) มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน ๑๖ คน (ร้อยละ ๑๖.๐๐) มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน ๑๕ คน (ร้อยละ ๑๕.๐๐) และมีอาชีพอื่นๆ คือ จักสานและเกษตรกร จำนวน ๒ คน (ร้อยละ ๒.๐๐)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ๑๐,๐๐๑-๑๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๔๕ คน (ร้อยละ ๑๕.๐๐) มีรายได้ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๓ คน (ร้อยละ ๓๓.๐๐) มีรายได้น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๕ คน (ร้อยละ ๑๕.๐๐) มีรายได้ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๓ คน (ร้อยละ ๓.๐๐) มีรายได้ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ บาท และมากกว่า ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒ คน

จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก จำนวน ๕๔ คน (ร้อยละ ๕๔.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน ๒๗ คน (ร้อยละ ๒๗.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน ๑๒ คน (ร้อยละ ๑๒.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ จำนวน ๓ คน (ร้อยละ ๓.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตกและภาคเหนือ จำนวน ๒ คน (ร้อยละ ๒.๐๐)

๔.๑.๒ ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๒ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสภาพปัจจุบัน ด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม

สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม		n = ๑๐๐	
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์	๒.๘๗	๑.๓๖	ปานกลาง
๒. ประเภทจดหมาย	๒.๓๕	๑.๓๐	น้อย
๓. ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๓.๐๖	๑.๔๒	ปานกลาง
๓. ประเภทสื่อดิจิทัล	๓.๓๐	๑.๓๓	ปานกลาง
รวม	๒.๘๙	๑.๓๕๕	ปานกลาง

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๒.๘๘$, S.D. = ๐.๓๕๕) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก พบว่า อันดับหนึ่งสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = ๓.๓๐$, S.D. = ๑.๓๓) อันดับสองสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = ๓.๐๖$, S.D. = ๑.๔๒) และอันดับสามสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = ๒.๘๗$, S.D. = ๑.๓๖)

ตารางที่ ๔.๓ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑.๑ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์			
๑.ภาพวาด	๓.๐๒	๑.๓๙๒	ปานกลาง
๒.แผนผังภาพ ได้แก่ แผนที่เที่ยววัด	๓.๑๖	๑.๓๓๙	ปานกลาง
๓.ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์	๓.๓๙	๑.๓๗๐	ปานกลาง
๔.วารสาร ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยว	๒.๘๐	๑.๓๔๑	ปานกลาง
๕.ใบปลิว	๒.๕๓	๑.๓๓๗	ปานกลาง
๖.แผ่นพับ	๒.๕๖	๑.๓๑๑	ปานกลาง
๗.หนังสือเล่มเล็ก ได้แก่ หนังสือประวัติวัด	๒.๕๕	๑.๓๑๓	ปานกลาง
๘.คู่มือ ได้แก่ คู่มือท่องเที่ยว	๒.๗๖	๑.๔๒๙	ปานกลาง
๙.โปสเตอร์	๓.๐๒	๑.๔๒๑	ปานกลาง
รวม	๒.๘๗	๑.๓๖๑	ปานกลาง
๑.๒ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์			
๑๐.บันทึกข้อความ	๒.๑๘	๑.๓๒๑	ปานกลาง
๑๑.จดหมาย	๑.๙๙	๑.๑๔๑	น้อย
๑๒.โปสการ์ด	๒.๘๔	๑.๔๔๘	ปานกลาง
รวม	๒.๓๕	๑.๓๐๓	น้อย

สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์			
๑๓. วิทยูทูปกระจายเสียง	๒.๘๑	๑.๓๔๘	ปานกลาง
๑๔. วิกิพีเดีย (วิกิพีเดีย)	๓.๒๔	๑.๔๓๗	ปานกลาง
๑๕. โทรทัศน์	๓.๑๔	๑.๔๓๖	ปานกลาง
รวม	๓.๐๖	๑.๔๒๔	ปานกลาง
๑.๔ ประเภทสื่อดิจิทัล			
๑๖. ภาพถ่าย	๓.๗๓	๑.๓๕๕	มาก
๑๗. อีเมลล์	๒.๑๒	๑.๒๕๘	น้อย
๑๘. โสมเพจ ได้แก่ เว็บไซต์	๓.๔๘	๑.๒๖๗	ปานกลาง
๑๙. แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจิตอล ยูทูบ เฟสบุ๊ค เป็นต้น	๓.๙๖	๑.๒๗๙	มาก
๒๐. สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล	๓.๒๐	๑.๔๙๗	ปานกลาง
รวม	๓.๓๐	๑.๓๓๑	ปานกลาง

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๓๐$, S.D. = ๑.๓๓๑) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรกพบว่า สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับหนึ่ง ข้อ ๑๙. แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจิตอล ยูทูบ เฟสบุ๊ค ($\bar{X} = ๓.๙๖$, S.D. = ๑.๒๗๙) สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับสอง ข้อที่ ๑๖.ภาพถ่าย ($\bar{X} = ๓.๔๘$, S.D. = ๑.๒๖๗) และสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับสาม ข้อที่ ๑๘.โสมเพจ ได้แก่ เว็บไซต์ ($\bar{X} = ๓.๔๘$, S.D. = ๑.๓๕๕)

๔.๑.๓ ผลการวิเคราะห์ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๔ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม

ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์	๓.๕๓	๑.๓๓	มาก
๒. ประเภทจดหมาย	๒.๖๘	๑.๓๗	ปานกลาง
๓. ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๓.๕๘	๑.๓๔	มาก
๓. ประเภทสื่อดิจิทัล	๓.๖๘	๑.๒๙	มาก
รวม	๓.๓๗	๑.๓๓๔	ปานกลาง

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๓๗$, S.D. = ๑.๓๓๔) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก พบว่า อันดับหนึ่งสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = ๓.๖๗$, S.D. = ๐.๖๕๓) อันดับสองสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = ๓.๕๖$, S.D. = ๐.๙๓๒) และอันดับสามสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = ๓.๕๒$, S.D. = ๐.๗๖๐)

ตารางที่ ๔.๕ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑.๑ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์			
๑.ภาพวาด	๓.๕๕	๑.๓๕๙	มาก
๒.แผนผังภาพ ได้แก่ แผนที่เที่ยววัด	๓.๕๑	๑.๓๘๒	มาก
๓.ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์	๓.๖๕	๑.๓๐๖	มาก
๔.วารสาร ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยว	๓.๒๗	๑.๓๗๗	ปานกลาง
๕.ใบปลิว	๓.๙๑	๑.๒๔๘	มาก
๖.แผ่นพับ	๓.๘๘	๑.๒๑๗	มาก
๗.หนังสือเล่มเล็ก ได้แก่ หนังสือประวัติวัด	๓.๐๑	๑.๔๐๓	มาก
๘.คู่มือ ได้แก่ คู่มือท่องเที่ยว	๓.๔๕	๑.๓๕๙	มาก
๙.โปสเตอร์	๓.๕๕	๑.๓๓๖	มาก
รวม	๓.๕๓	๑.๓๓๒	มาก

ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑.๒ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์			
๑.บันทึกข้อความ	๒.๔๕	๑.๓๐๖	น้อย
๒.จดหมาย	๒.๓๐	๑.๒๕๑	น้อย
๓.โปสการ์ด	๓.๓๑	๑.๕๖๒	ปานกลาง
รวม	๒.๖๘	๑.๓๗๓	ปานกลาง
๑.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์			
๑.วิทยุกระจายเสียง	๓.๑๑	๑.๔๓๕	ปานกลาง
๒.วีดิทัศน์ (วิดีโอ)	๓.๙๓	๑.๒๙๗	มาก
๓.โทรทัศน์	๓.๗๐	๑.๒๘๓	มาก
รวม	๓.๕๘	๑.๓๓๘	มาก
๑.๔ ประเภทสื่อดิจิทัล			
๑. ภาพถ่าย	๓.๗๙	๑.๓๓๖	มาก
๒. อีเมล	๒.๕๒	๑.๔๑๐	ปานกลาง
๓. โคมเพจ ได้แก่ เว็บไซต์	๓.๗๙	๑.๒๑๗	มาก
๔. แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจต็อก ยูทูบ เฟสบุ๊ก เป็นต้น	๔.๕๐	๑.๐๖๘	มากที่สุด
๕. สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล	๓.๘๒	๑.๔๓๘	มาก
รวม	๓.๖๘	๑.๒๙๔	มาก

จากตารางที่ ๔.๕ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก พบว่า สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับหนึ่ง ข้อ ๑๙. แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจต็อก ยูทูบ เฟสบุ๊ก ($\bar{X} = ๔.๕๐$, S.D. = ๑.๐๖๘) สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับสอง ข้อที่ ๑๔. วีดิทัศน์ ($\bar{X} = ๓.๙๓$, S.D. = ๑.๒๙๗) และสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันดับสาม ข้อที่ ๕.ใบปลิว ($\bar{X} = ๓.๙๑$, S.D. = ๑.๒๔๘)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า มีต้องการภาษาที่สื่อสารง่าย สั้นกระชับ เน้นภาพบรรยากาศ วิวสวย เป็นคลิปสั้น หรือวิดีโอ ที่สามารถดูได้ในโทรศัพท์มือถือ เช่น ดิจต็อก(TikTok) คลิป โว้ค(Vlog) เท่ๆ สนุกๆ ไม่เครียด บางส่วนต้องการแผ่นพับหรือใบปลิว ในส่วนเนื้อหาต้องการภาพบรรยากาศ หรือนำสถานที่ที่กิน

๔.๑.๔ ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๑.๔.๑ ประวัติและบริบททางสังคมวัฒนธรรมของชุมชน

๑) วัดโสธรวรารามวรวิหาร

วัดโสธรวรารามวรวิหาร หรือวัดหลวงพ่อโสธร ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีประวัติยาวนานกว่า ๒๐๐ ปี^๑ วัดแห่งนี้เริ่มต้นจากการเป็นวัดเล็กๆ ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกงในสมัยอยุธยา ตอนปลาย โดยหลวงพ่อโสธร พระพุทธรูปปางสมาธิศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่นับถือของชาวบ้าน ได้ลอยน้ำมาประดิษฐาน ณ ที่วัดนี้ และกลายเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน^๒

วัดโสธรได้กลายเป็นวัดที่มีความสำคัญอย่างมากในแง่ของศรัทธาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนจากทั่วประเทศจะเดินทางมาเพื่อกราบสักการะขอพรและแก้บน^๓ หลวงพ่อโสธรเชื่อกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์และสามารถปกป้องคุ้มครองประชาชนจากภัยอันตรายต่าง ๆ ได้ วัดโสธรมีความสำคัญในด้านประวัติศาสตร์^๔ เพราะในยุคที่ฉะเชิงเทราเป็นเมืองยุทธศาสตร์สำคัญ วัดนี้เป็นแหล่งรวมจิตวิญญาณของชุมชน และเป็นศูนย์กลางการปฏิบัติศาสนกิจของชาวบ้าน

วัดโสธรมีบทบาทในการเชื่อมโยงชุมชนเข้ากับศาสนาและความเชื่อ ประชาชนในพื้นที่จะมาทำบุญและสักการะหลวงพ่อโสธรในช่วงเวลาสำคัญ เช่น พิธีบวช งานบุญตามประเพณี และการแห่องค์พระหลวงพ่อทางบกและทางน้ำ การผูกพันระหว่างวัดและชุมชนได้ทำให้วัดโสธรเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและศาสนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน^๕

ในด้านวัฒนธรรมและประเพณี กล่าวได้ว่า วัดโสธรวรารามวรวิหารเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมและประเพณีสำคัญหลายประการ โดยงานประเพณีที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ "งานนมัสการหลวงพ่อโสธร" ซึ่งจัดขึ้นปีละสองครั้งในช่วงเดือนเมษายนและเดือนพฤศจิกายน

ในงานเทศกาลมีผู้คนจำนวนมากจากทั่วประเทศเดินทางเพื่อมาร่วม วัดอุประสงค์เพื่อสักการะหลวงพ่อโสธรซึ่งเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภายในงานมีการจัดพิธีการแห่องค์หลวงพ่อทางน้ำซึ่งเป็นประเพณีที่สำคัญและมีอัตลักษณ์เฉพาะของวัดนี้ นอกจากนี้ยังมีการจัดงานสงกรานต์ การแสดงจ๊ว การฉายภาพยนตร์ การแสดงลิเก และการละเล่นพื้นบ้านอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองภายในชุมชน^๖

^๑ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘, ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๒ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙, ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๓ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๐, ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๔ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๑, ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๕ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๓, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๖ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๒, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

วัดโสธรยังเป็นศูนย์กลางของการจัดกิจกรรมทางศาสนาในวันสำคัญ เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา อาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และออกพรรษา ชาวบ้านจะมาร่วมทำบุญตักบาตรและฟังธรรม เทศนา การรักษาประเพณีทางศาสนาเหล่านี้ช่วยเชื่อมโยงชุมชนให้คงความผูกพันกันและส่งต่อความ ศรัทธาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ วัดยังเป็นสถานที่จัดพิธีทอดกฐิน พิธีแห่ผ้าป่า และพิธีอุปสมบท ซึ่งเป็น กิจกรรมทางศาสนาที่มีความสำคัญในการเสริมสร้างศรัทธาและความเป็นปึกแผ่นในชุมชน

ความเชื่อที่โดดเด่นของวัดโสธร คือ ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโสธร ซึ่งชาวบ้านและผู้ ศรัทธาเชื่อว่าท่านสามารถประทานพรให้สมหวังในสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องการหายจากโรคร้ายไข้เจ็บ การ ขอพรให้ประสบความสำเร็จในการทำงานและการทำมาค้าขาย ความเชื่อในเรื่องหลวงพ่อโสธรนี้ได้รับการ ยืนยันจากเรื่องราวที่บอกต่อกันมาจากผู้ที่เคยมาสักการะและได้สมหวังตามที่ขอ^๗

หลวงพ่อโสธรยังเป็นที่พึ่งของผู้ที่ต้องการความคุ้มครองในการเดินทาง ทั้งทางบกและทางน้ำ ความเชื่อเรื่องการถวายไข่ต้มเป็นการแก้บนหลังจากที่พรสมหวังแล้ว ก็เป็นอีกหนึ่งความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับ หลวงพ่อโสธร ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวจะนำไข่ต้มจำนวนมาก มาถวายเพื่อเป็นการขอบคุณหลวงพ่อ ในช่วงงานประเพณีใหญ่

“ของแก้บนที่นิยม ก็ไข่ต้มนี้แหละ เร็วนี้ ก็น้องเทนนิส ก็มา คนที่ได้เหรียญทอง โอลิมปิก”^๘

วัดโสธรวรารามวรวิหารนอกจากจะเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์แล้ว ยังเป็นแหล่งภูมิปัญญาที่สำคัญ ของชุมชนฉะเชิงเทรา ภูมิปัญญาที่โดดเด่นของวัดนี้ คือ การบูรณะและรักษาสถาปัตยกรรมทางพุทธศิลป์ที่ เป็นเอกลักษณ์ของวัด พระอุโบสถและเจดีย์ของวัดโสธรสร้างขึ้นด้วยศิลปะที่วิจิตรตระการตา โดยใช้ฝีมือ ช่างศิลป์ไทยที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ วัดยังมีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษา และศิลปวัฒนธรรม ในท้องถิ่น มีการจัดการเรียนการสอนพระพุทธศาสนาแก่พระภิกษุและเยาวชนในชุมชน วัดโสธรยังเป็น ศูนย์กลางในการเผยแพร่คำสอนทางพุทธศาสนา รวมถึงการส่งเสริมศิลปะทางศาสนา เช่น การบูรณะวัด และการจัดพิธีกรรมทางศาสนา

ภูมิปัญญาเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำให้วัดโสธรเป็นแหล่งที่มีความสำคัญในเชิงศาสนา แต่ยัง ช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน วัดยังคงทำ หน้าที่เป็นศูนย์กลางของการอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งถูกสืบทอดและอนุรักษ์มาจากรุ่นสู่รุ่น

๒) ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี

^๗ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๔, ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^๘ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘, ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

ชุมชนตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำบางปะกง บนถนนสุขุมกิจ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีขนาดประมาณ ๙,๔๐๐ ตารางเมตร หรือ ๕.๘๒ ไร่ ชุมชนแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นในสมัยรัชกาลที่ ๓ (พ.ศ. ๒๓๖๗-๒๔๓๕) ในยุคนั้น ฉะเชิงเทราเป็นเมืองสำคัญด้านการค้าขายและการขนส่ง เนื่องจากตั้งอยู่บนเส้นทางหลักที่เชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ กับหัวเมืองภาคตะวันออก เช่น เมืองปราจีนบุรี เมืองพนัสนิคม และเมืองปลาสร้อย

ตลาดบ้านใหม่เริ่มเป็นชุมชนที่มีความสำคัญเนื่องจากชาวจีนแต่จีวเข้ามาตั้งรกรากในพื้นที่นี้ พวกเขามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะการผลิตและค้าขายน้ำตาลทราย ในสมัยรัชกาลที่ ๓ อุตสาหกรรมน้ำตาลทรายในฉะเชิงเทราเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการตั้งโรงหีบอ้อยหลายแห่งในเมืองนี้ ชาวจีนกลุ่มนี้ไม่เพียงแต่เป็นผู้เพาะปลูกอ้อยและผลิตน้ำตาล แต่ยังเป็นผู้บุกเบิกการค้าขายกับหัวเมืองใกล้เคียงและกรุงเทพฯ สินค้าหลักที่มีการค้าขาย ได้แก่ น้ำตาลทราย ข้าว และอาหารทะเล รวมถึงสินค้าจากต่างประเทศ^๙

ในสมัยรัชกาลที่ ๕ (พ.ศ. ๒๔๑๑-๒๔๕๓) การค้าข้าวได้กลายเป็นสินค้าหลักที่ฉะเชิงเทราผลิตและส่งออกไปยังกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ตลาดบ้านใหม่ซึ่งตั้งอยู่ติดแม่น้ำบางปะกงเป็นจุดศูนย์กลางของการขนส่งสินค้าทางเรือ แม่น้ำสายนี้เป็นเส้นทางขนส่งสำคัญที่เชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ทำให้ตลาดบ้านใหม่เป็นสถานที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนสินค้านี้ระหว่างชุมชนต่าง ๆ การค้าขายเฟื่องฟูจนทำให้ชุมชนขยายตัวอย่างรวดเร็ว ชาวจีนที่เข้ามาตั้งรกรากยังได้สร้างศาลเจ้าขึ้นในชุมชนเพื่อเคารพบูชาเทพเจ้าที่พวกเขาเชื่อว่าจะปกป้องรักษาชุมชนนี้^{๑๐}

ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ ตลาดบ้านใหม่เริ่มเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง เมื่อการคมนาคมทางบก เช่น การสร้างถนนและทางรถไฟเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ตลาดบ้านใหม่ที่เคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายทางน้ำเริ่มสูญเสียบทบาท เนื่องจากผู้คนหันมาใช้บริการขนส่งทางบกมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความเก่าแก่ของชุมชนและบ้านเรือนยังคงเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนชาวจีนที่เคยรุ่งเรือง^{๑๑}

ในปัจจุบัน ตลาดบ้านใหม่ได้รับการฟื้นฟูเพื่ออนุรักษ์สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ชาวบ้านในพื้นที่ร่วมกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการจัดงานวัฒนธรรมจีน เช่น งานตรุษจีน และการสักการะเทพเจ้าประจำชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยังเปิดตลาดบ้านใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมบ้านเรือนเก่าและลองชิมอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของฉะเชิงเทรา

^๙ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๑, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๒, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๓, ๒๘ สิงหาคม ๒๕๖๗.

ในด้านวัฒนธรรมและประเพณี พบว่า วัฒนธรรมของชุมชนตลาดบ้านใหม่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนเป็นหลัก เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนเป็นชาวจีนที่อพยพมาตั้งรกรากตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น วัฒนธรรมจีนที่โดดเด่นในชุมชนประกอบด้วยการจัดงานประเพณีสำคัญ เช่น เทศกาลตรุษจีน งานเซ็งเม้ง และงานสักการะศาลเจ้าประจำชุมชน ศาลเจ้าเหล่านี้เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านใช้เป็นที่พักผ่อนพิธิกรรมทางศาสนาเพื่อขอพรให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองและความปลอดภัยในชีวิต^{๑๒}

ตลาดบ้านใหม่ยังมีการสืบทอดวัฒนธรรมการกินของชาวจีน เช่น การทำอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น บ๊ะจ่าง ข้าวอบใบบัว ขนมนก วัฒนธรรมเหล่านี้ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยยังคงรักษาวิธีการทำแบบดั้งเดิมไว้แม้ในปัจจุบัน^{๑๓}

โดยความเชื่อในตลาดบ้านใหม่ส่วนใหญ่เป็นความเชื่อในศาสนาพุทธแบบจีน และการบูชาเทพเจ้า ศาลเจ้าที่สำคัญในตลาดบ้านใหม่ประกอบด้วยศาลเจ้าพ่อโกมินทร์ ศาลเจ้าปูนเถ่าม้า (เจ้าแม่ทับทิม) และวัดอุภัยภาติการาม ความเชื่อเรื่องเทพเจ้าเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้านอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะการบูชาเจ้าแม่ทับทิมเพื่อขอพรให้ปลอดภัยจากการเดินทางทางน้ำและการค้าขาย

อีกหนึ่งความเชื่อที่สำคัญ คือ การเคารพบรรพบุรุษ ซึ่งปรากฏในงานเซ็งเม้ง ชาวบ้านจะไปไหว้บรรพบุรุษที่สุสานหรือศาลเจ้าเพื่อแสดงความกตัญญูและขอพรให้ครอบครัวเจริญรุ่งเรือง ความเชื่อเหล่านี้ยังคงมีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีที่สำคัญในทุกปี

ภูมิปัญญาที่โดดเด่นของชุมชนตลาดบ้านใหม่ คือ ความชำนาญในการผลิตน้ำตาลทรายจากอ้อย ชาวจีนที่มาตั้งถิ่นฐานในตลาดบ้านใหม่มีความรู้และทักษะในการทำไร่อ้อย การตั้งโรงงานหีบอ้อย และการผลิตน้ำตาลในรูปแบบดั้งเดิม โดยใช้กระบวนการที่สืบทอดกันมาจากประเทศจีน นอกจากนี้ ชาวบ้านยังมีภูมิปัญญาในการจัดการการค้าทางน้ำ โดยมีความรู้ในการเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับการขายในแต่ละฤดูกาล รวมทั้งการขนส่งสินค้าและอาหารทะเลทางเรือไปยังกรุงเทพฯ^{๑๔}

ภูมิปัญญาด้านอาหารก็เป็นอีกหนึ่งจุดเด่น ชาวบ้านในตลาดบ้านใหม่สามารถปรุงอาหารจีนในรูปแบบดั้งเดิม เช่น กาแฟโบราณ ขนมหี้น ขนมหี้น ข้าวต้มวัน ภูมิปัญญาเหล่านี้ไม่เพียงแต่ถูกส่งต่อมาจากรุ่นสู่รุ่น แต่ยังเป็นจุดขายสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาลองลิ้มชิมรสอาหารท้องถิ่น แต่ที่เลือนหายไปคือการทำหมากพลูที่สื่อความนิยมจากกฎหมายห้ามเคี้ยวหมาก^{๑๕}

๓) วัดสมานรัตนาราม

^{๑๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๓, ๒๘ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๖, ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๔} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๗, ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๔, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๗.

วัดสมานรัตนาราม ตั้งอยู่ในตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานและเกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญในชุมชน ในอดีตพื้นที่นี้มีความอุดมสมบูรณ์เนื่องจากตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง ที่ดินของวัดได้รับการบริจาคจาก ขุนสมาน จินประชา และครอบครัว ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในพื้นที่ การสร้างวัดเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. ๒๔๒๒ เพื่อเป็นการอุทิศบุญให้ขุนสมาน^{๑๖}

หลังจากนั้นวัดได้กลายเป็นศูนย์กลางของชุมชนในการทำบุญและประกอบพิธีกรรมทางศาสนา วัดนี้ยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์เนื่องจากเป็นสถานที่ที่พระมหากษัตริย์ รัชกาลที่ ๕ ทรงเสด็จประพาสต้นทางชลมารคผ่านแม่น้ำบางปะกง^{๑๗} ทำให้วัดนี้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ วัดสมานรัตนารามยังมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยการบูรณะวัดเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๔๒

ชุมชนบริเวณวัดสมานรัตนารามมีวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับพุทธศาสนาและความเชื่อท้องถิ่นอย่างแน่นแฟ้น งานประเพณีที่สำคัญในพื้นที่นี้ประกอบด้วยงานบุญในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วิสาขบูชา และเข้าพรรษา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ชาวบ้านจะมารวมตัวกันทำบุญตักบาตร ฟังธรรม และบำเพ็ญกุศล นอกจากงานบุญตามเทศกาลแล้ว^{๑๘} ยังมีประเพณีการบูชาพระพิฆเนศและพระราหู ที่เป็นที่นับถือในหมู่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ในทุกปี วัดสมานรัตนารามจะจัดงานเฉลิมฉลองเพื่อบูชาพระพิฆเนศ ปางนอนเสวยสุข ซึ่งเป็นปางที่ใหญ่ที่สุดในโลก กิจกรรมทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงแต่สร้างความสามัคคีให้กับชุมชน แต่ยังดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาร่วมงาน^{๑๙}

ความเชื่อในศาสนาพุทธและเทวรูปศักดิ์สิทธิ์มีอิทธิพลต่อชาวบ้านในตำบลบางแก้วและพื้นที่ใกล้เคียง ชาวบ้านเชื่อว่าการสักการะพระพุทธรูป เช่น หลวงพ่อโต และ พระพุทธรูปมหากรุณาคุณประสิทธิ์ จะช่วยให้ชีวิตมีความสุข ปลอดภัย และประสบความสำเร็จ ความเชื่อเกี่ยวกับ พระพิฆเนศ ในปางต่าง ๆ โดยเฉพาะปางนอนเสวยสุข เชื่อว่าจะนำความสุขและความเจริญรุ่งเรืองให้แก่ผู้บูชา ในขณะที่การบูชา พระราหู เป็นการแก้เคล็ดเสริมดวง โดยเฉพาะในช่วงปีชง ความเชื่อเหล่านี้ส่งผลให้วัดสมานรัตนารามเป็นศูนย์กลางของศรัทธา และเป็นที่พึ่งทางจิตใจของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาสักการะ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นในพื้นที่นี้คือการสร้างสรรค์วัดถ่มมุงคลและพระพุทธรูป รวมถึงเทวรูปที่มีความเชื่อมโยงกับความเชื่อทางศาสนา การปั้นและสร้างเทวรูปขนาดใหญ่ เช่น พระพิฆเนศ ปางนอนเสวยสุข ซึ่งมีความประณีตและความเชื่อทางจิตวิญญาณในการนำความสุขมาให้ผู้คน เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน การบูรณะและรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ยังแสดงถึงความใส่ใจและการ

^{๑๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๕, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๖, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๘, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๑๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๐, ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๗.

สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวบ้านที่มาร่วมกันทำงานในวัด นอกจากนี้ ชุมชนยังมีการจัดกิจกรรมทางศาสนาและเทศกาลท้องถิ่นที่สะท้อนถึงความสามัคคีและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น

๔.๑.๔.๒ ประสบการณ์ และความคาดหวังของการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทราเต็มไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โดยมีสถานที่สำคัญที่ควรเยี่ยมชมเรียงลำดับดังนี้

เมื่อก้าวเข้าสู่บริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับบรรยากาศที่เปี่ยมไปด้วยความศรัทธาและความสงบ วัดแห่งนี้เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อโสธร พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนทั่วประเทศต่างเคารพบูชา พระอุโบสถอันงดงามถูกออกแบบด้วยสถาปัตยกรรมไทยที่วิจิตรบรรจง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถชื่นชมศิลปะไทยพร้อมกับกราบไหว้เพื่อขอพร^{๒๐} นอกจากนี้ กิจกรรมสำคัญของวัด เช่น การแห่หลวงพ่อโสธรทั้งทางน้ำ และทางบก ยังแสดงถึงการเชื่อมโยงระหว่างศาสนาและวัฒนธรรมพื้นถิ่นริมแม่น้ำบางปะกง

วัดสมานรัตนารามมีความโดดเด่นด้วยพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยที่ตั้งตระหง่านกลางพื้นที่วัด นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสบรรยากาศที่เงียบสงบและงดงามของพื้นที่โดยรอบ ที่นี่เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนจิตใจและเพิ่มพูนความศรัทธา ไม่เพียงแต่พระพิฆเนศ วัดสมานยังเป็นที่ตั้งของสิ่งศักดิ์สิทธิ์และประติมากรรมทางศาสนาอีกหลายแห่งที่สะท้อนถึงความงดงามทางศิลปะและความเชื่อ

ตลาดบ้านใหม่ร้อยปีเป็นสถานที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไทยเชื้อสายจีนได้อย่างสมบูรณ์แบบ บรรยากาศของตลาดเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ริมน้ำเต็มไปด้วยเสน่ห์ของบ้านเรือนไม้โบราณที่ยังคงรักษาไว้ได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมบรรยากาศของวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ลิ้มรสอาหารพื้นเมือง และชมโบราณ พร้อมเลือกซื้อของที่ระลึกจากชาวบ้าน ความเป็นมิตรและความอบอุ่นของคนในชุมชนทำให้ที่นี่เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ

การเดินทางในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ผ่านการเยี่ยมชมวัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดสมานรัตนาราม และตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ไม่ได้เป็นเพียงการท่องเที่ยว แต่ยังเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงกับศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงความงดงามที่ผสมผสานระหว่างความศรัทธาทางศาสนาและเสน่ห์ของวัฒนธรรมอย่างลงตัว

๒) ประสบการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^{๒๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๔, ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจุดหมายปลายทางที่เต็มไปด้วยเสน่ห์และประสบการณ์ที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะได้สัมผัสถึงความงามของศาสนา ความลึกซึ้งของวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงความดั้งเดิมไว้ได้อย่างดี

เมื่อเข้าสู่วัดโสธรวรารามวรวิหาร นักท่องเที่ยวจะพบกับบรรยากาศที่เปี่ยมด้วยความศรัทธา และเคารพต่อหลวงพ่อโสธร พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดในภูมิภาค วัดแห่งนี้ดึงดูดผู้คนจากทั่วประเทศให้มาสักการะ และร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่น การแห่หลวงพ่อโสธรทางน้ำและทางบก^{๒๑} อีกทั้งยังมีสถาปัตยกรรมที่งดงามของพระอุโบสถที่สร้างขึ้นอย่างประณีต นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมและสัมผัสกับฝีมือช่างศิลป์ รวมถึงเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนรอบวัดที่ยังคงรักษาประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี

ถัดมาในตัวเมืองฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ถือเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำ นักท่องเที่ยวจะได้พบกับบ้านไม้เก่าแก่ที่เรียงรายริมน้ำ ซึ่งสะท้อนความงามของอดีต และยังได้ลิ้มรสอาหารจีนโบราณที่หาทานได้ยาก รวมถึงสัมผัสวัฒนธรรมจีนที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ตรุษจีน นักท่องเที่ยวยังสามารถร่วมชมการแสดงงิ้วและพิธีกรรมที่ศาลเจ้าประจำชุมชน ซึ่งเต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งความศรัทธาและความเคารพต่อประเพณี

การมาเยือนวัดสมานรัตนารามช่วยเติมเต็มประสบการณ์ด้านจิตใจ ด้วยบรรยากาศที่สงบและเต็มไปด้วยความศักดิ์สิทธิ์ นักท่องเที่ยวจะได้กราบไหว้พระพุทธรูป และเทวรูปที่เป็นที่เคารพ รวมถึงสัมผัสกับธรรมชาติที่ล้อมรอบวัด ที่นี่เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนใจและเชื่อมโยงกับความเงียบสงบ

นอกจากนี้ แม่น้ำบางปะกงยังเป็นส่วนสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตชุมชนกับธรรมชาติอย่างแนบแน่น นักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นริมแม่น้ำ ชมวิวที่งดงาม และเรียนรู้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างแม่น้ำกับชุมชนที่ยังคงพึ่งพิงธรรมชาติในชีวิตประจำวัน

โดยรวมแล้ว การท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นการผสมผสานระหว่างศรัทธา วัฒนธรรม และธรรมชาติที่ลงตัว นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะได้รับประสบการณ์ที่ครบถ้วน ทั้งความสงบสุขทางจิตใจ ความอบอุ่นในวัฒนธรรม และความรู้สึกร่วมกันกับธรรมชาติและวิถีชีวิตดั้งเดิม

๓) ความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมทางศาสนา และวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่ โดยเฉพาะการได้สัมผัสและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองแปดริ้ว^{๒๒} พระพิฆเนศปางสวยงาม พระโพธิสัตว์กวนอิมปางประทานพร ซึ่งมีงานบุญ และพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา ความคาดหวังนี้สะท้อนถึงความต้องการในการเข้าถึงมิติ

^{๒๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๒ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๒๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙, ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

ที่ลึกซึ้งของศาสนาพุทธ และวัฒนธรรมไทย ผ่านการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมและบรรยากาศของชุมชนที่สงบ ธรรมชาติริมแม่น้ำบางปะกง^{๒๓}

นอกจากมิติทางศาสนา นักท่องเที่ยวยังคาดหวังการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านสื่อที่ทันสมัย เข้าใจง่าย และสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก สิ่งนี้ช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและเพิ่มคุณค่าทางการเรียนรู้ระหว่างการท่องเที่ยว^{๒๔} การมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ และคาดหวังว่าจะช่วยเพิ่มความสะดวกและทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นไปอย่างราบรื่น

ในมุมมองของชุมชนท้องถิ่น เช่น ชุมชนตลาดบ้านใหม่และพื้นที่ต่างๆ ในจังหวัด ฉะเชิงเทรา มีความคาดหวังว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างรายได้ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยังเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือในการสืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป การมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมของชาวบ้าน ช่วยสร้างความภาคภูมิใจและกระตุ้นให้คนในชุมชนมีบทบาทสำคัญในการรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่^{๒๕}

ความคาดหวังในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยจังหวัดฉะเชิงเทรามุ่งหวังให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างผลประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อชุมชนในระยะยาว นักท่องเที่ยวจะได้รับทั้งความสุขทางจิตใจจากการสัมผัสบรรยากาศศักดิ์สิทธิ์^{๒๖} และเรียนรู้เรื่องราวที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ในขณะเดียวกัน ชุมชนจะมีโอกาสเผยแพร่มรดกวัฒนธรรม พร้อมทั้งรักษาและพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่นอย่างสมดุล และยั่งยืน

๔.๑.๔.๓ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถดำเนินการได้โดยมุ่งเน้นไปที่การอนุรักษ์ พื้นฟู และส่งเสริมแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ควบคู่ไปกับการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และภาครัฐ รวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว

เริ่มต้นด้วย การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนา วัดและศาลเจ้าในจังหวัด เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดสมานรัตนาราม และวัดจินประชาสโมสร

^{๒๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘, ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๒๔} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๒๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๒๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

(เล่งฮกยี่) เป็นสถานที่ที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า การดูแลรักษาสถาปัตยกรรมและพื้นที่บริเวณวัดให้สวยงามและคงความดั้งเดิมไว้เป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ที่สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวไทยเชื้อสายจีน ควรได้รับการฟื้นฟูบ้านเรือนไม้โบราณ และการส่งเสริมกิจกรรมในตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

การสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่นควรมีบทบาทสำคัญในการจัดงานประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแสดงจ๊วในช่วงเทศกาลตรุษจีน การแห่หลวงพ่อโสทรทางบก การแห่หลวงพ่อโสทรทางน้ำ ที่มีทั้งรถและเรือขุบกที่ตกแต่งอย่างวิจิตรตระการตา^{๒๗} วัดสมานมิ่งงานประจำปีในช่วงวันเข้าพรรษามีร้านค้ามากมาย และในวันลอยกระทงมีงานที่จัดใกล้กระทงยักษ์ นอกจากนี้ เทศกาลบูชาพระพิฆเนศ ก็ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ความร่วมมือนี้ยังครอบคลุมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดหาเครื่องมือและงบประมาณเพื่อพัฒนาสถานที่และกิจกรรม

นอกจากนี้ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานยังมีบทบาทสำคัญ เส้นทางคมนาคม ควรถูกปรับปรุงให้เข้าถึงง่ายขึ้น เช่น การพัฒนาเส้นทางเดินในตลาดบ้านใหม่และบริเวณวัดสำคัญ การติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน รวมถึงการจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบครบวงจรที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสำรวจสถานที่ได้อย่างสะดวก

การใช้สื่อออนไลน์ ในการโปรโมทสถานที่และกิจกรรมต่าง ๆ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ควรมีการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอเกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัด กิจกรรมวัฒนธรรม และเรื่องราวของชุมชน การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ท่องเที่ยวช่วยเพิ่มการมองเห็นและสร้างความสนใจในวงกว้าง

สุดท้าย การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น เทศกาลบูชาพระพิฆเนศหรือพระราหู ควรถูกยกระดับให้เป็นงานระดับประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การจัดอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในสถานที่สำคัญ เช่น วัดโสธรวราราม วรวิหารที่มีพระพุทธรูปเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยา ความเป็นมาของตลาดบ้านใหม่ร้อยปีจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น^{๒๘}

โดยสรุป แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรเน้นความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ การพัฒนา และการส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น การบูรณาการระหว่างชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยี จะช่วยให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

^{๒๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๑, ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๒๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๗.

๔.๑.๔.๔ การส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยชุมชนมีส่วนร่วม

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมและศาสนา ชุมชนในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและประเพณีดั้งเดิม^{๒๙} ซึ่งเป็นศูนย์กลางของความเชื่อและวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่

วัดโสธรวรารามวรวิหาร เป็นหนึ่งในสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างชัดเจน ทุกปีจะมีการจัดงานนมัสการหลวงพ่อโสธร ซึ่งถือเป็นงานสำคัญที่ดึงดูดผู้คนจากทั่วประเทศ การจัดงานมีชาวบ้านเข้าร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมสถานที่ จัดพิธีกรรม ไปจนถึงการต้อนรับผู้มาเยือน สิ่งนี้สะท้อนถึงความศรัทธาและความสามัคคีของชุมชน นอกจากนี้ การฟื้นฟูและอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้างภายในวัดยังเกิดจากการสนับสนุนของคนในพื้นที่ ทำให้วัดโสธรไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางทางศาสนา แต่ยังเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน^{๓๐}

ขณะเดียวกัน ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ก็เป็นตัวอย่างของความร่วมมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลาดบ้านใหม่มีการอนุรักษ์บ้านเรือนเก่าและสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมไว้อย่างดี เพื่อสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนชาวจีนที่ตั้งรกรากในพื้นที่ นอกจากนี้ ชาวบ้านยังร่วมมือกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานตรุษจีน งานแข่งเม็ง และพิธีกรรมบูชาเทพเจ้าที่ศาลเจ้าในตลาด กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยรักษาประเพณีเก่าแก่ แต่ยังเป็นช่องทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนชาวจีน

ในทำนองเดียวกัน วัดสมานรัตนาราม ก็เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของชุมชนกับศาสนา วัดสมานรัตนารามเป็นที่รู้จักในฐานะวัดที่มีพระพิฆเนศปางเสวยสุของค์ใหญ่ที่สุด และมีเทวรูปมากมาย ได้แก่ ราชู พระพรหม เจ้าแม่กวนอิม หมอชีวกโกมารภัจ ซึ่งเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยว มีงานประจำปีที่ทำให้วัดสมานยังคงมีชีวิตชีวา และยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและศาสนา^{๓๑}

ในอนาคต ควรมีการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น^{๓๒} ชุมชนสามารถมีบทบาทสำคัญในกระบวนการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมในการจัดงานวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรมเกี่ยวกับการรักษาศิลปวัตถุและสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์^{๓๓} รวมถึงการจัดกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับเยาวชน

^{๒๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๓, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๓๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างวัด โรงเรียน และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการพัฒนาวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม^{๓๔} ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การทำสื่อดิจิทัลเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของวัด^{๓๕} และวัฒนธรรมท้องถิ่นจะช่วยให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงและเข้าใจวัฒนธรรมที่สืบทอดมาได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อมและการพัฒนาชุมชนอย่างไม่ทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม จะเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาอนาคตของวัฒนธรรมท้องถิ่นและการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมในตลาดบ้านใหม่ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรม และดูแลรักษาอาคารบ้านเรือนที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ควรได้รับการสนับสนุนจากชุมชน โดยควรมีบทบาทในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจะช่วยสร้างความยั่งยืน^{๓๖} นอกจากนี้ควรส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่เยาวชนในชุมชนเพราะจะทำให้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นถูกถ่ายทอดไปยังคนรุ่นต่อไป มีการจัดอบรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แก่คนในชุมชนจะช่วยเพิ่มทักษะและความรู้ในการดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน^{๓๗}

การเปิดโอกาสให้เยาวชนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการรักษาวัฒนธรรมและมรดกท้องถิ่น รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะช่วยให้การอนุรักษ์วัฒนธรรมเป็นไปอย่างยั่งยืน และสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของให้กับชุมชนในการดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง

๔.๑.๕ ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๑.๕.๑ ประเภทและรูปแบบของสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ปัจจุบันสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าปัจจุบันการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรานั้นไปที่การใช้สื่อดิจิทัลเป็นหลัก โดยเฉพาะในรูปแบบของโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก(Facebook)^{๓๘}, อินสตาแกรม

^{๓๔} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๓๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑๓, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

(Instagram), ยูทูบ(YouTube) รวมถึงเว็บไซต์การท่องเที่ยวท้องถิ่นที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานรัฐและเอกชน สื่อเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เช่น วัดหลวงพ่อโสธร วัดสมานรัตนาราม และตลาดบ้านใหม่ร้อยปี^{๓๙}

สื่อเหล่านี้มักใช้รูปแบบที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอคลิปที่สั้นและกระชับ ภาพถ่ายที่มีความละเอียดสูง และกราฟิกที่ดึงดูด เพื่อให้ข้อมูลและดึงดูดผู้คนให้เข้ามาเยี่ยมชม แต่ยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องของการเข้าถึงกลุ่มผู้สูงวัยหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยใช้อินเทอร์เน็ต ดังนั้นช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์หรือวิทยุก็ยังคงมีบทบาทในบางพื้นที่^{๔๐}

นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อสร้างสรรค์ในงานนิทรรศการท่องเที่ยว งานเทศกาล และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่ เช่น การจัดงานประเพณีต่างๆ เช่น งานนมัสการหลวงพ่พุทโสธร ประเพณีแห่หลวงพ่พุทโสธรทางน้ำ เทศกาลตรุษจีน งานประจำปีแห่เทียนเข้าพรรษาวัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นเสมือนพื้นที่ในการนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน

๔.๑.๕.๒ ประสิทธิภาพและข้อจำกัดของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

แม้ว่าสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว^{๔๑} แต่ประสิทธิภาพของสื่อยังคงมีข้อจำกัดอยู่บ้าง โดยเฉพาะในเรื่องของการเข้าถึง^{๔๒} และการทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจ สื่อส่วนใหญ่ที่เผยแพร่ในปัจจุบันมักจะมีเนื้อหาที่น่าดึงดูด และสามารถสร้างความสนใจในระยะสั้นได้ แต่ยังขาดการเชื่อมโยงที่ลึกซึ้งกับวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับที่สามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์หรือสร้างการตระหนักรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นของฉะเชิงเทรา^{๔๓}

นอกจากนี้สื่อบางประเภทอาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการสื่อที่มีความทันสมัยมากขึ้น^{๔๔}

๔.๑.๕.๓ ความเพียงพอและความครบถ้วนของเนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

^{๓๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๔๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑, ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๔๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๔๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๔๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒, ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๔๔} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

๑) เนื้อหาในสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ข้อมูลที่มีอยู่ในสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฉะเชิงเทรามีเพียงพอสำหรับการสร้างความรู้เบื้องต้นให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น วัด ตลาดน้ำ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ มีการระบุถึงประวัติความเป็นมา ลักษณะเด่นของสถานที่ รวมถึงข้อมูลการเดินทางและเวลาเปิด-ปิด^{๔๕}

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เช่น ความเป็นมาของเทศกาลท้องถิ่น ความเชื่อหรือประเพณีดั้งเดิมที่เฉพาะเจาะจง ยังไม่ค่อยได้รับการนำเสนออย่างเพียงพอ ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลที่มีรายละเอียดมากกว่านี้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์เชิงลึกกลายเป็นเรื่องยาก

๒) เนื้อหาของสื่อว่าครบถ้วนและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เนื้อหาควรจะเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มากขึ้น เช่น การเล่าเรื่องที่เกี่ยวกับตำนานพื้นบ้าน ประเพณีเฉพาะท้องถิ่น หรือลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่สืบทอดมาเป็นรุ่นๆ สิ่งนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผูกพันและมีความเข้าใจเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางศาสนา เช่น วัด ควรมีการอธิบายให้เข้าใจง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีพื้นฐานทางศาสนาแบบเดียวกัน นอกจากนี้ ข้อมูลเชิงท่องเที่ยวควรแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวฉะเชิงเทราในบริบทของสังคมและวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น งานฝีมือท้องถิ่น หรือการแสดงศิลปะพื้นบ้าน

๔.๑.๕.๕ ผลกระทบและศักยภาพในการสร้างกระแสท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๑) สื่อล่าสุดที่ท่านพบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

สื่อที่พบล่าสุดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฉะเชิงเทรามีจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจการท่องเที่ยวของหน่วยงานราชการ^{๔๖} หรือเพจเอกชนที่เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ สื่อส่วนใหญ่เป็นภาพถ่ายที่เน้นความสวยงามของสถานที่หรือวิดีโอคลิปสั้นๆ ที่แนะนำกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วม เช่น การแห่ขบวนทางศาสนา การลอยกระทง และการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง^{๔๗}

^{๔๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓, ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๗.

^{๔๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๔๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒๐, กรกฎาคม ๒๕๖๗.

เนื้อหาเหล่านี้มักจะถูกนำเสนอในรูปแบบของโพสต์ในโซเชียลมีเดีย ที่สามารถแชร์หรือแสดงความคิดเห็นได้ง่าย ทำให้เกิดการกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็วในวงกว้าง^{๔๘}

๒) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สื่อสร้างสรรค์มีผลในการสร้างกระแสนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นทุนเดิม การนำเสนอภาพและวิดีโอของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงหรือเอกลักษณ์ช่วยให้ผู้คนมีความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชม

แต่ในขณะเดียวกัน การสร้างกระแสนี้ยังจำเป็นต้องพึ่งพาการสร้างคอนเทนต์ที่มีความต่อเนื่องและหลากหลาย รวมถึงการใช้สื่อที่ทันสมัย เช่น การใช้เทคโนโลยี AR (Augmented Reality) หรือ VR (Virtual Reality) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสประสบการณ์ได้ก่อนเดินทางจริง

๔.๑.๕.๖ แนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

สื่อสร้างสรรค์ควรพัฒนาทั้งในด้านการนำเสนอและการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย^{๔๙} เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา หรือสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้ในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและวางแผนการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง ควรเพิ่มการเล่าเรื่องหรือ Storytelling ที่ลึกซึ้งและมีอารมณ์เข้าถึง^{๕๐} เพื่อสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับนักท่องเที่ยว สื่อควรมีการเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหรือตำนานท้องถิ่นที่แฝงอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

สื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราควรมีหลายชนิด ได้แก่ สื่อดิจิทัล และสื่อออฟไลน์ (สื่อสิ่งพิมพ์) ซึ่งสื่อดิจิทัลถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีการใช้บ่อยที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่ โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์ม เช่น เฟสบุ๊ก(Facebook), ยูทูบ(YouTube) และ ติกต็อก(TikTok) ^{๕๑}ใช้สำหรับการเผยแพร่เนื้อหาสั้นๆ ที่น่าสนใจและง่ายต่อการแชร์ สื่อเหล่านี้มักเน้นภาพถ่ายที่สวยงาม วิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมพิเศษที่เกิดขึ้นในพื้นที่ สื่อดิจิทัลเหล่านี้มีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งานการกดไลค์ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็น ในส่วนของสื่อออฟไลน์ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ ที่แจกในสถานที่ท่องเที่ยว^{๕๒} หรือในหน่วยงานการท่องเที่ยว ยังคงมีประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม

^{๔๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๔๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๕๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๕๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔, ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗.

^{๕๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑, ๔ มิถุนายน ๒๕๖๗.

โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ค่อยใช้อินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย สื่อเหล่านี้มักจะมีข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ รวมถึงแผนที่ท่องเที่ยว^{๕๓}

ดังนั้นสำหรับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรเน้นการใช้สื่อดิจิทัลเป็นหลัก โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ในการเผยแพร่ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น วัดสมานรัตนาราม วัดโสธรวรารามวรวิหาร และตลาดบ้านใหม่ร้อยปี โดยเน้นให้สื่อมีรูปแบบที่น่าสนใจ และข้อมูลพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว และควรพัฒนาสื่อออนไลน์ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นเคยกับสื่อดิจิทัล

๔.๒ ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๒.๑ ผลการพัฒนาคู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการผลิตวิดีโอสั้นและอินโฟกราฟิก ที่สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในคู่มือประกอบไปด้วย

๔.๒.๑.๑ บทที่ ๑ บทนำ ประกอบไปด้วย ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๔.๒.๑.๒ บทที่ ๒ พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ได้แก่ หลักการออกแบบสื่อ AIDA Model ในการออกแบบสื่อ การใช้ Storytelling ในการเล่าเรื่องแหล่งท่องเที่ยว

๔.๒.๑.๓ บทที่ ๓ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบรชัวร์ (Brochure) แผ่นพับ (Leaflet/Flyer) การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card) และอินโฟกราฟิก (Infographic)

๔.๒.๑.๔ บทที่ ๔ การพัฒนาสื่อดิจิทัล ได้แก่ การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

การใช้แอป CapCut ในการตัดต่อวิดีโอ และเทคนิคการโพสต์วิดีโอลงโซเชียลมีเดีย

^{๕๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒, ๔ มิถุนายน ๒๕๖๗.

๔.๒.๑.๕ บทที่ ๕ การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ แนวทางการใช้ Social Media เพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล

๔.๒.๑.๖ บทที่ ๖ กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ กิจกรรมฝึกออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การถ่ายทำวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว การตัดต่อวิดีโอและเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย และการวิเคราะห์ผลและสรุปบทเรียน

๔.๒.๑.๗ บทที่ ๗ บทสรุปและแนวทางต่อยอด ได้แก่ การนำความรู้ไปใช้จริง การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์ และบทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๔.๒.๒ ผลการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ

โดยประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดหัวข้อ และเนื้อหาที่เหมาะสมในการอบรม เนื้อหาที่ใช้ในเตรียมการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยบรรยายเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การฝึกปฏิบัติด้านการเก็บข้อมูล การถ่ายภาพ วิดีโอ และการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สื่อ และการเสริมทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านสื่อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์และคุณภาพภูมิปัญญาในมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ การใช้ สื่อสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจ ซึ่งในหลักสูตรนี้ออกแบบให้เป็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshops) ๓ วัน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมสามารถ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สร้าง วิดีโอประชาสัมพันธ์ และ ตัดต่อวิดีโออย่างมืออาชีพ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งแต่ละวันของกิจกรรมมีเนื้อหาและภาคปฏิบัติที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

วันที่ ๑ กิจกรรม สร้าง Infographic ปังๆ สื่อเรื่องเมือง โดยหัวข้อ คือ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กิจกรรมนี้มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และอินโฟกราฟิกเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็นสองช่วงหลัก ได้แก่ การเรียนรู้แนวคิดและหลักการออกแบบในช่วงเช้า และการลงมือปฏิบัติจริงในช่วงบ่าย

เมื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินทางมาถึงสถานที่จัดกิจกรรม จะได้รับการต้อนรับจากคณะผู้จัดงาน พร้อมลงทะเบียนเข้าร่วมอบรม หลังจากนั้น กิจกรรมเริ่มต้นด้วยการกล่าวเปิดงาน โดยทีมวิทยากรได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมและอธิบายความสำคัญของอินโฟกราฟิกในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ในช่วงแรกของการอบรม ผู้เข้าร่วมจะได้รับฟังการบรรยายเกี่ยวกับ แนวคิดพื้นฐานของอินโฟกราฟิก และความสำคัญของการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วิทยากรจะอธิบายถึงบทบาทของอินโฟกราฟิกในฐานะเครื่องมือที่ช่วยถ่ายทอดข้อมูลให้กระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ โดยใช้ตัวอย่างอินโฟกราฟิกที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

จากนั้น วิทยากรจะอธิบาย AIDA Model (Attention, Interest, Desire, Action) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการดึงดูดความสนใจ สร้างความสนใจ กระตุ้นความต้องการ และผลักดันให้เกิดการกระทำ เช่น การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำเทคนิค Storytelling ในการเล่าเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวผ่านภาพและข้อความ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ต่อจากนั้น วิทยากรจะอธิบายหลักการเลือกใช้สี ฟอนต์ และองค์ประกอบภาพในการออกแบบอินโฟกราฟิก โดยเน้นให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจถึงความสำคัญของการเลือกสีที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของสถานที่ การใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย และการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อให้เกิดความสมดุลและสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

หลังจากการบรรยายเสร็จสิ้น ผู้เข้าร่วมจะได้ทดลองใช้งานเครื่องมือออกแบบ เช่น Canva หรือ Adobe Illustrator ผ่านการฝึกปฏิบัติขั้นพื้นฐาน โดยวิทยากรจะสาธิตการใช้งานโปรแกรมและให้ผู้เข้าร่วมทดลองสร้างสรรค์อินโฟกราฟิกเบื้องต้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในช่วงบ่าย



ภาพที่ ๔.๑ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๑ สร้าง Infographic ปังๆ สื่อเรื่องเมือง

ช่วงบ่าย เป็นWorkshop ออกแบบอินโฟกราฟิกเพื่อการท่องเที่ยว

หลังจากพักรับประทานอาหารกลางวัน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะเข้าสู่กระบวนการปฏิบัติจริง โดยเริ่มจากการแบ่งกลุ่มออกเป็นทีม และเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อเป็นหัวข้อในการออกแบบอินโฟกราฟิก วิทยากรจะให้แนวทางในการเลือกข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์ เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของสถานที่ วัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ในพื้นที่

จากนั้น ผู้เข้าร่วมจะลงมือออกแบบอินโฟกราฟิกของตนเองโดยใช้ เครื่องมือที่ได้รับการฝึกฝนในช่วงเช้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยทีมวิทยากรจะคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบ การจัดวางข้อมูล และการปรับแต่งองค์ประกอบของอินโฟกราฟิกให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

เมื่อการออกแบบเสร็จสิ้น แต่ละกลุ่มจะนำเสนอผลงานของตนเองต่อที่ประชุม โดยอธิบายถึงแนวคิดในการออกแบบ จุดเด่นของอินโฟกราฟิก และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ วิทยากรและผู้ทรงคุณวุฒิจะให้ข้อเสนอแนะเพื่อช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถปรับปรุงและพัฒนาผลงานให้ดียิ่งขึ้น

สุดท้าย กิจกรรมจะสิ้นสุดลงด้วยการสรุปบทเรียนจากการทำเวิร์กช็อป และการกล่าวปิดงาน โดยทีมผู้จัด เพื่อเน้นย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป

วันที่ ๒ กิจกรรม Cine Culture – สร้างวิดีโอเล่าเรื่องเมืองแปดริ้ว หัวข้อ คือ การถ่ายทำวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการสร้างวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเนื้อหาจะครอบคลุมตั้งแต่ เทคนิคการถ่ายทำวิดีโอ ไปจนถึง การวางแผนผลิตสื่อ ผ่านการเขียนสคริปต์และการสร้างสตอรี่บอร์ด เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการถ่ายทำจริง

ช่วงเช้า กิจกรรมย่อย ๒.๑ เรียนรู้เทคนิคการถ่ายวิดีโอ

หลังจากที่ผู้เข้าร่วมลงทะเบียนและรับเอกสารประกอบการอบรมแล้ว กิจกรรมจะเริ่มต้นด้วยการกล่าวเปิดงานและแนะนำหัวข้อของการอบรมในวันนี้ วิทยากรจะอธิบายถึงบทบาทของ วิดีโอในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเหตุผลที่วิดีโอเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ ๔.๒ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๒ Cine Culture : สร้างวิดีโอ เล่าเรื่องเมืองแปดริ้ว

จากนั้น วิทยากรจะบรรยายเกี่ยวกับ พื้นฐานของการถ่ายวิดีโออย่างมืออาชีพ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถผลิตวิดีโอที่มีคุณภาพสูง โดยเนื้อหาการเรียนรู้จะครอบคลุมหัวข้อสำคัญ ดังนี้

หัวข้อแรก คือ หลักการจัดองค์ประกอบภาพ (Composition) โดยอธิบายถึงการใช้ Rule of Thirds ในการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อให้วิดีโอมีความสมดุล เทคนิค Leading Lines และการใช้เส้นนำสายตาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และการใช้ Framing (การจัดกรอบภาพ) เพื่อสร้างมิติให้กับภาพ

หัวข้อที่สอง คือ เทคนิคการใช้แสงในการถ่ายวิดีโอ โดยอธิบายความสำคัญของ Golden Hour (ช่วงเวลาที่แสงสวยที่สุด) และการใช้แสงธรรมชาติในการถ่ายทำ วิธีปรับแต่งแสงในที่ร่มหรือในอาคารเพื่อให้ได้ภาพที่มีคุณภาพ และการใช้แสงเพื่อสร้างอารมณ์ของวิดีโอ เช่น แสงอบอุ่นสำหรับบรรยากาศย้อนยุคของตลาดบ้านใหม่

ขั้นตอนที่สามเป็นการใช้ Gimbal และ Stabilizer อธิบายถึงอุปกรณ์ช่วยลดการสั่นไหวของกล้อง และวิธีใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ฝึกปฏิบัติการใช้ Gimbal หรือ Stabilizer ในการถ่ายวิดีโอเดินทาง (Tracking Shot)

หัวข้อที่สี่ เป็นการเลือกมุมกล้องที่เหมาะสม เช่น การใช้ Wide Shot, Close-up, Aerial Shot (โดรน) เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับวิดีโอ และการสร้างความต่อเนื่องของฉากผ่านเทคนิคการแพนกล้อง (Pan) และการซูม (Zoom)

หัวข้อสุดท้ายเป็นเทคนิคการสัมภาษณ์และการเล่าเรื่องในวิดีโอสารคดี เริ่มจากการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้า/ชาวบ้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจ เทคนิคการใช้เสียงบรรยาย (Voice-over) ให้สอดคล้องกับภาพ ภายหลังการบรรยาย ผู้เข้าร่วมจะได้ ทดลองฝึกปฏิบัติการถ่ายวิดีโอ โดยใช้เทคนิคที่ได้เรียนรู้ พร้อมรับคำแนะนำจากวิทยากร

ในช่วงบ่าย เป็น Workshop การวางแผนผลิตวิดีโอ

หลังจากพักรับประทานอาหารกลางวัน ผู้เข้าร่วมจะเข้าสู่กระบวนการวางแผนผลิตวิดีโอ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ โดยเนื้อหาจะเน้นไปที่ การเขียนสคริปต์ (Script Writing) และการสร้างสตอรี่บอร์ด (Storyboard Development)

ในการผลิตวิดีโอประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หนึ่งในกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้วิดีโอมีความเป็นระบบและน่าสนใจคือ การเขียนสคริปต์และการสร้างสตอรี่บอร์ด ซึ่งเป็นขั้นตอนพื้นฐานในการวางแผนการถ่ายทำให้มีประสิทธิภาพ ก่อนที่ผู้เข้าร่วมจะลงมือถ่ายทำวิดีโอจริง

เริ่มด้วยการเขียนสคริปต์ (Script Writing) ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มจะได้รับมอบหมายให้เลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นหัวข้อหลักของวิดีโอที่ต้องการผลิต จากนั้น วิทยากรจะแนะนำแนวทางในการเขียนสคริปต์ โดยอ้างอิงโครงสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

๑. Introduction (เปิดเรื่อง)

ช่วงเปิดเรื่องเป็นจุดสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมตั้งแต่ต้น ผู้เข้าร่วมจะได้เรียนรู้เทคนิคการใช้ภาพและเสียงบรรยายเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับวิดีโอ

ตัวอย่างการเปิดเรื่อง

ฉากเริ่มต้นด้วย ภาพมุมสูงของวัดโสธร ที่ถ่ายจากโดรน เพิ่มเสียงบรรยาย "ฉะเชิงเทรา เมืองเก่าแก่ที่เต็มไปด้วยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมรอให้คุณมาสัมผัส..." และใช้ดนตรีบรรเลงเบา ๆ เพิ่มอารมณ์ของวิดีโอ

๒. Main Content (เนื้อหาหลัก)

ช่วงเนื้อหาหลักของวิดีโอจะเป็น การบรรยายประวัติความเป็นมา จุดเด่น และสิ่งที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว โดยอาจใช้การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือการถ่ายทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างเนื้อหาหลัก ประกอบไปด้วย

- ๑) ฉากสัมภาษณ์ เจ้าของร้านค้าท้องถิ่นที่ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี
- ๒) บทสนทนา "ที่นี่มีขนมไทยสูตรโบราณที่สืบทอดมากว่า ๑๐๐ ปี ใครมาเที่ยวห้ามพลาด!"
- ๓) ภาพประกอบ โคลสอัพของขนมไทยในถาดไม้ พร้อมแสงธรรมชาติที่อบอุ่น

๓. Conclusion (ปิดท้ายวิดีโอ)

ช่วงสรุปจะช่วย กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจและอยากมาเยี่ยมชมสถานที่ ผ่านการถ่ายทำบรรยากาศของนักท่องเที่ยวที่กำลังมีความสุข

ตัวอย่างการปิดท้าย

- ๑) ฉากนักท่องเที่ยวเดินชมเมือง พร้อมถ่ายภาพร่วมกัน
- ๒) คำบรรยาย "มาสัมผัสเสน่ห์ของเมืองแปดริ้ว แล้วคุณจะหลงรัก!"
- ๓) การใช้เสียงเพลงจังหวะสนุกสนานและฟุตเทจที่แสดงควมมีชีวิตชีวาของสถานที่

เมื่อแต่ละกลุ่มเขียนสคริปต์เสร็จเรียบร้อยแล้ว วิทยากรจะให้คำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การเลือกใช้คำบรรยายที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์ของผู้ชม และการสร้างความต่อเนื่องของเรื่องราว เพื่อให้วิดีโอมีคุณภาพและดึงดูดผู้ชมมากขึ้น

ขั้นต่อไป คือ การสร้างสตอรี่บอร์ด (Storyboard Development)

หลังจากที่สคริปต์ได้รับการพัฒนาเสร็จสิ้น ผู้เข้าร่วมจะเข้าสู่กระบวนการ สร้างสตอรี่บอร์ด ซึ่งเป็นการวางแผนการถ่ายทำให้สอดคล้องกับเนื้อหาของวิดีโอ

สตอรี่บอร์ด คือ การร่างภาพลำดับเหตุการณ์ของวิดีโอ ซึ่งจะช่วยให้ทีมผู้ผลิตสามารถมองเห็นภาพรวมของวิดีโอที่กำลังจะถ่ายทำได้อย่างชัดเจน โดยแต่ละฉากจะบรรยายละเอียด ได้แก่ มุมกล้องที่ใช้ (เช่น Wide Shot, Close-up, Drone Shot) บทพูดหรือเสียงบรรยายที่ใช้ในฉากนั้น การเคลื่อนไหวของตัวละครและวัตถุ และเอฟเฟกต์หรือองค์ประกอบภาพที่ต้องการ

ตัวอย่างฉากจากสตอรี่บอร์ด

เริ่มจาก ฉากเปิด ใช้มุมกล้อง Drone Shot ของวัดโสธรจากมุมสูง ในส่วนของเสียงบรรยาย "ฉะเชิงเทรา เมืองแห่งศรัทธาและประวัติศาสตร์..." และเอฟเฟกต์: ใช้ฟิลเตอร์สีอบอุ่นเพื่อสร้างบรรยากาศที่น่าดึงดูด

ต่อดูฉากกลาง ใช้มุมกล้อง Close-up ของขนมไทยที่ตลาดบ้านใหม่ บทสัมภาษณ์เจ้าของร้าน: "ขนมไทยของเราทำจากสูตรโบราณ กว่า ๑๐๐ ปี..." และเอฟเฟกต์: ใช้ Slow Motion เพื่อเน้นรายละเอียดของขนม

และฉากปิด ใช้มุมกล้อง: Medium Shot ของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายภาพกันอย่างสนุกสนาน ใส่คำบรรยาย: "เที่ยวเมืองแปดริ้วแล้วคุณจะหลงรัก..." และใช้เอฟเฟกต์: ใส่โลโก้และ QR Code เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม

เมื่อสตอรี่บอร์ดเสร็จสมบูรณ์แล้ว ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มจะได้รับโอกาส นำเสนอแนวคิดของวิดีโอที่พัฒนา ต่อที่ประชุม พร้อมรับคำแนะนำจากวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทำจริงในวันถัดไป

วันที่ ๓ กิจกรรม Cut & Create - ตัดต่อสื่อสุดคลูด้วย CapCut หัวข้อ คือ การตัดต่อวิดีโอ และเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย

กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ทักษะการ ตัดต่อวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน CapCut และเทคนิคการเผยแพร่วิดีโอผ่านโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ หลังจากที่ผู้เข้าร่วมได้ผ่านกระบวนการ ถ่ายทำวิดีโอประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในวันก่อนหน้า

ช่วงเช้า เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับการตัดต่อวิดีโอด้วย แอปพลิเคชัน (CapCut)

เมื่อผู้เข้าร่วมเดินทางมาถึงสถานที่จัดกิจกรรม จะทำการลงทะเบียนและรับเอกสาร ประกอบการเรียนรู้ วิทยากรจะกล่าวเปิดกิจกรรมและอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการตัดต่อวิดีโอ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ในช่วงเช้านี้ วิทยากรจะนำเสนอ หลักการตัดต่อวิดีโอที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้แอปพลิเคชัน CapCut ซึ่งเป็นเครื่องมือตัดต่อที่ใช้งานง่ายและเหมาะสำหรับการผลิตวิดีโอเพื่อเผยแพร่บน แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น TikTok, Facebook และ Instagram เนื้อหาการเรียนรู้แบ่งออกเป็นหัวข้อหลัก ดังนี้

หลังจากที่ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้และฝึกถ่ายทำวิดีโอในวันก่อนหน้า ขั้นตอนต่อไปคือการตัดต่อวิดีโอเพื่อให้เนื้อหามีความกระชับ น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยในวันนี้ วิทยากรจะนำเสนอ หลักการตัดต่อวิดีโอที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้แอปพลิเคชัน CapCut ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่ายและเหมาะสำหรับการสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่สามารถเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น TikTok, Facebook และ Instagram

เริ่มจากการตัดและเรียงคลิปให้กระชับ โดยการตัดต่อวิดีโอที่ดีต้องผ่านกระบวนการ เลือกฟุตเทจที่ดีที่สุด และ จัดลำดับภาพให้สอดคล้องกับเรื่องราว เพื่อให้วิดีโอสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดลำดับและตัดต่ออย่างมืออาชีพจะช่วยให้วิดีโอมีความกระชับ น่าสนใจ และสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เนื้อหาการเรียนรู้ในวันนี้แบ่งออกเป็นหัวข้อหลัก ดังนี้

๑) การเลือกฟุตเทจที่ดีที่สุดจากการถ่ายทำ ในกระบวนการตัดต่อวิดีโอ การคัดเลือกฟุตเทจที่ดีที่สุดเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้วิดีโอมีคุณภาพสูงสุด วิทยากรจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับ การเลือกฟุตเทจที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

เฟรมที่ชัดเจน ประกอบไปด้วยภาพต้องคมชัด ไม่มีการสั่นไหวหรือเบลอสีสวยและแสงเหมาะสม โดยฟุตเทจที่มีการจัดแสงที่ดี จะช่วยให้วิดีโอมีความน่าสนใจมากขึ้น องค์ประกอบภาพที่ดี ต้องใช้มุมกล้องต้องเหมาะสม สร้างความสมดุลให้กับองค์ประกอบของวิดีโอ นอกจากนี้ การตรวจสอบฟุตเทจที่บันทึกไว้เพื่อลดข้อผิดพลาดในการถ่ายทำ จะช่วยให้ขั้นตอนการตัดต่อเป็นไปอย่างราบรื่น

๒) เทคนิคการตัดต่อให้กระชับ ไม่ยืดเยื้อ หนึ่งในปัญหาหลักของวิดีโอที่ไม่น่าสนใจคือการที่เนื้อหาเยิ่นเย้อหรือมีช่วงที่ไม่น่าสนใจ ซึ่งทำให้ผู้ชมสูญเสียความสนใจได้ง่าย เทคนิคที่ช่วยให้วิดีโอกระชับขึ้น ได้แก่ การตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออก โดยเลือกเฉพาะช่วงเวลาที่ดีที่สุด และตัดส่วนที่ซ้ำซ้อน

หรือไม่น่าสนใจออกไป การใช้ Jump Cut เป็นเทคนิคการตัดต่อที่ช่วยลดความยาวของวิดีโอโดยไม่ทำให้เนื้อหาสำคัญหายไป วิธีนี้ช่วยให้วิดีโอดูทันสมัยและดึงดูดความสนใจของผู้ชม และการใช้ Cut on Action: การตัดเปลี่ยนฉากในขณะที่ตัวละครหรือวัตถุกำลังเคลื่อนไหว จะช่วยให้วิดีโอมีความต่อเนื่องและสมจริง

๓) การจัดลำดับภาพให้สอดคล้องกับเรื่องราว ลำดับของภาพที่ดีสามารถช่วยให้เรื่องราวในวิดีโอไหลลื่นและสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมได้ง่ายขึ้น



ภาพที่ ๔.๓ อบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมที่ ๓ Cut & Create : ตัดต่อสื่อสุดคลั่งด้วย Capcut

การเรียงลำดับฉากตามโครงสร้างของวิดีโอ ได้แก่ Introduction (เปิดเรื่อง) ใช้ฟุตเทจที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น มุมสูงของแหล่งท่องเที่ยว Main Content (เนื้อหาหลัก: จัดเรียงฟุตเทจที่เล่าเรื่องราว เช่น ภาพสถานที่สำคัญ หรือสัมภาษณ์บุคคล และ Conclusion (ปิดท้าย) ปิดวิดีโอด้วยฉากที่สร้างความประทับใจ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีความสุข

การใช้ B-roll (ฟุตเทจเสริม) เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของเนื้อหา ด้วยการเพิ่ม B-roll เช่น ภาพธรรมชาติ หรือภาพนักท่องเที่ยวเดินชมตลาด ช่วยให้วิดีโอดูน่าสนใจขึ้น นอกจากนี้ B-roll ยังช่วยให้การตัดต่อ Jump Cut ดูลื่นไหลและเป็นธรรมชาติมากขึ้น

การฝึกปฏิบัติการตัดต่อวิดีโอด้วย CapCut ในช่วงท้ายของการบรรยาย ผู้เข้าร่วมจะได้ทดลองใช้ CapCut ผ่านการ ฝึกตัดต่อวิดีโอจากฟุตเทจที่ถ่ายทำเมื่อวันก่อน โดยมีวิทยากรให้คำแนะนำเป็นรายบุคคล

ขั้นตอนการฝึกปฏิบัติ

๑) เลือกฟุตเทจที่ดีที่สุด และตัดต่อให้กระชับ

๒) ใส่ Transitions และ Motion Effects ให้ลื่นไหล

๓) เพิ่มซับไตเติล เพลง และ Sound Effects

๔) ใส่โลโก้และ Call-to-Action

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกปฏิบัติ ผู้เข้าร่วมจะนำเสนอผลงานของตนเอง และได้รับคำแนะนำจากวิทยากรเพื่อพัฒนาวิดีโอให้มีคุณภาพมากขึ้น

วันที่ ๔ กิจกรรมที่ ๔ Creative Showcase : เมืองแปดริ้วในภาพและสื่อ เป็นการนำเสนอสื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนาโดยเยาวชน ให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อ มีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

เริ่มจากการเตรียมการก่อนจัดกิจกรรม ก่อนเริ่มกิจกรรม ทีมผู้จัดทำได้ดำเนินการวางแผนการจัดงาน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และจัดเตรียมสถานที่ให้เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงผลงานของเยาวชน ซึ่งประกอบไปด้วย คลิปวิดีโอเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบรชัวร์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านการสื่อสาร การผลิตสื่อ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นผู้ให้คำแนะนำและประเมินสื่อที่พัฒนาโดยเยาวชน

เมื่อถึงวันจัดกิจกรรม ผู้เข้าร่วมจะทำการลงทะเบียน ณ จุดต้อนรับ พร้อมรับข้อมูลเกี่ยวกับกำหนดการของกิจกรรม หลังจากลงทะเบียนแล้ว ผู้เข้าร่วมสามารถเยี่ยมชมบอร์ดนิทรรศการที่จัดแสดง โบรชัวร์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ที่เยาวชนได้จัดทำขึ้น และรับชมตัวอย่างคลิปวิดีโอ ที่ถ่ายเป็นตัวอย่างในพื้นที่แสดงสื่อ

หลังจากการลงทะเบียนและการจัดแสดงสื่อเบื้องต้นแล้ว พิธีเปิดจะเริ่มขึ้นโดยมีการกล่าวต้อนรับจากผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจถึงเป้าหมายของการจัดงาน และกระตุ้นให้เยาวชนเห็นความสำคัญของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในการนำเสนอสื่อสร้างสรรค์ของเยาวชน กิจกรรมดำเนินการโดยเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ จะทำการนำเสนอผลงานของตนเอง โดยแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นการนำเสนอคลิปวิดีโอ โดยเยาวชนแต่ละกลุ่มจะนำเสนอคลิปวิดีโอของตนเอง ความยาวประมาณ ๕-๑๕ นาที โดยอธิบายแนวคิด กระบวนการผลิต และจุดเด่นของเนื้อหา จากนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจะให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาคุณภาพของสื่อให้มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ และส่วนที่สองเป็นการนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ เยาวชนแต่ละกลุ่มจะนำเสนอ โบรชัวร์และแผ่นพับ ของตนเอง พร้อมอธิบายถึงการออกแบบ การเลือกใช้เนื้อหา และแนวทางการแจกจ่ายสื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด



ภาพที่ ๔.๔ กิจกรรมที่ ๔ Creative Showcase : เมืองแปดริ้วในภาพและสื่อ

ในการเสวนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หลังจากการนำเสนอผลงานเสร็จสิ้น จะมีการเสวนาในหัวข้อ "การใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม" โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาด และการผลิตสื่อมาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้แนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสื่อของตนเองในอนาคต

การให้ข้อเสนอแนะและการพัฒนาต่อยอด ภายหลังจากการเสวนา จะมีการจัดกิจกรรม Workshop & Feedback ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนได้รับคำแนะนำเชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเยาวชนสามารถปรับแก้ไขหรือพัฒนาสื่อของตนเองเพิ่มเติมตามคำแนะนำเบื้องต้น เพื่อให้สามารถนำไปใช้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสรุปผลและการประเมินสื่อ คณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิจะทำการสรุปผลการประเมินสื่อ โดยพิจารณาจากความคิดสร้างสรรค์ ความถูกต้องของเนื้อหา ความสามารถในการดึงดูดความสนใจ และความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จากนั้นจะมีการประกาศผลและมอบเกียรติบัตรให้แก่เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ

พิธีปิดและถ่ายภาพร่วมกัน กิจกรรมปิดท้ายด้วยการกล่าวขอบคุณจากคณะผู้จัดงาน และการถ่ายภาพหมู่ร่วมกันเป็นที่ระลึก เพื่อแสดงถึงความร่วมมือระหว่างเยาวชน ผู้ทรงคุณวุฒิ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ ๔.๕ เยาวชนแสดงผลงานสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

๔.๒.๓ ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

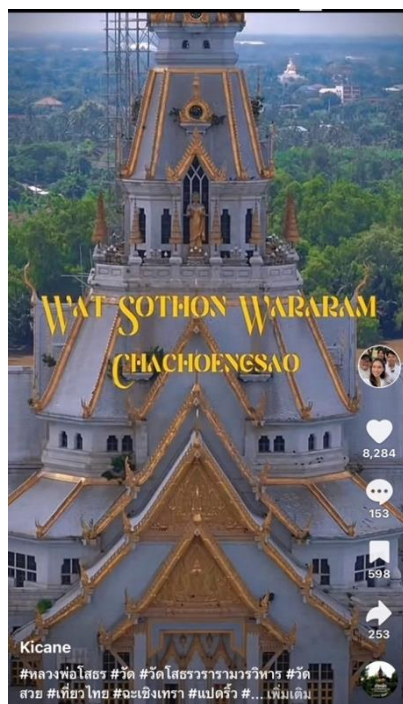
จากวัตถุประสงค์ที่ ๑ พบว่า ความต้องการในปัจจุบันคือ สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ได้แก่ ตี๊กต็อก(Tiktok) และ ยูทูบ(Youtube) โดยต้องการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบที่น่าสนใจทั้งในด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นอกจากนั้นยังต้องการสื่อประเภทอื่นๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้สูงวัยที่ไม่คุ้นเคยกับสื่อดิจิทัล ซึ่งขั้นตอนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีดังต่อไปนี้

๔.๒.๓.๑ การลงพื้นที่ และการเก็บข้อมูล โดยเยาวชนที่เข้าร่วมได้รับมอบหมายแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากนั้นศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบริบทชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมไปถึงลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากคำบอกเล่า

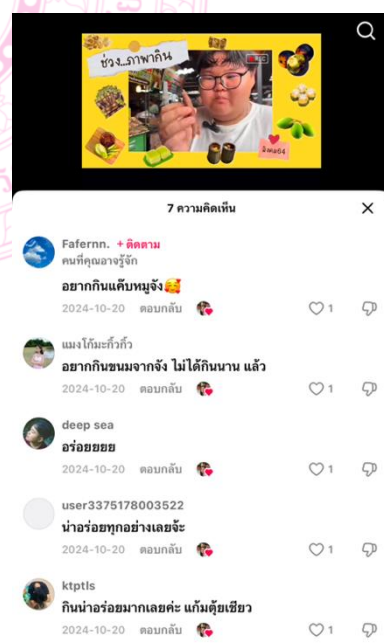
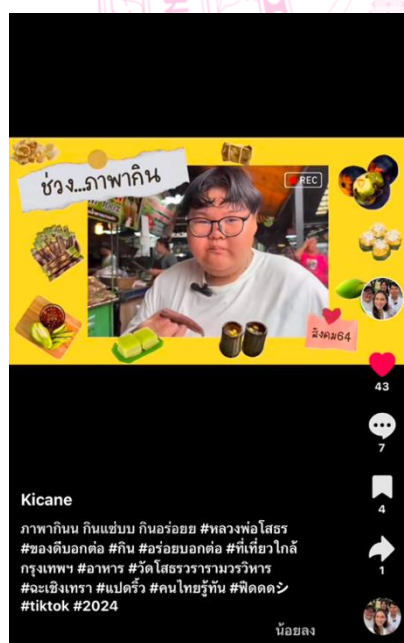
จากนั้นลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล มาสร้างสตอรี่บอร์ด เพื่อดำเนินการถ่ายภาพ และบันทึกวิดีโอเพื่อใช้ในการผลิตสื่อ

๔.๒.๓.๒ ประเภทของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา

๑) คลิปวิดีโอเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ ๔.๔ คลิปวิดีโอวัดโสธรวรารามวรวิหารที่ลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก



ภาพที่ ๔.๕ คลิปวิดีโอวัดโสธรวรารามวรวิหารที่ลงในแพลตฟอร์มติ๊กต็อก



ภาพที่ ๔.๖ คลิปวิดีโอตลาดบ้านใหม่ร้อยปีที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ



ภาพที่ ๔.๗ คลิปวิดีโอตลาดบ้านใหม่ร้อยปีที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ



ภาพที่ ๔.๘ คลิปวิดีโอวัดสμανรัตนารามที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ



ภาพที่ ๔.๙ คลิปวิดีโอวัดสมานรัตนารามที่ลงในแพลตฟอร์มยูทูบ



ภาพที่ ๔.๑๒ แผ่นพับ ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี ด้านหลัง



ภาพที่ ๔.๑๓ แผ่นพับ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านหน้า



ภาพที่ ๔.๑๔ แผนที่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านหลัง

โรงเจวัดหลวงพ่อโสธร

เทศกาลกินเจ ๒๕๖๗

ขอให้ทุกคน มีแต่ความสุขความเจริญ ทุกครอบครัว

ระหว่างวันที่ ๒ - ๑๑ ตุลาคม ๒๕๖๗

๒ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๑๒.๐๐-๑๓.๐๐ น. พิธีอัญเชิญเทวดา (รับเจ้า) - เติ่นรูป ๓ - ๗ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๐๕.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๐๙.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๑๙.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป ๘ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๐๕.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๐๘.๓๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๑๐.๓๐ น. พระสงฆ์เจริญพระพุทธมนต์ และพิธีบั้งสกลแก่ผู้สว่างลับ เวลา ๑๙.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป	๙ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๐๕.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๐๙.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๑๘.๐๐ น. พิธีบูชาดาวนพเคราะห์ และ สวดมนต์ - เติ่นรูป ๑๐ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๐๕.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๐๙.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๑๙.๐๐ น. พิธีลอยกระทงเผอิฐ ส่วนกุศลทางน้ำ ๑๑ ต.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๐๕.๐๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๐๘.๓๐ น. สวดมนต์ - เติ่นรูป เวลา ๑๐.๓๐ น. พิธีเผอิฐส่วนกุศลให้ผู้ ไร้ญาติ เวลา ๑๙.๐๐ น. ทำพิธีส่งเจ้า
---	---

ภาพที่ ๔.๑๕โปสเตอร์โรงเจวัดโสธรวรารามวรวิหาร



ภาพที่ ๔.๑๖ แผนที่ วัดสมานรัตนาราม ด้านหน้า



ภาพที่ ๔.๑๙ แผนที่ วัดสมานรัตนาราม ด้านหลัง

๔.๒.๔ ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย
เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๔.๖ แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

๑. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
๑.๑ ชาย	๔๘	๔๘.๐๐
๑.๒ หญิง	๕๒	๕๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๒. อายุ		
๒.๑ ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๘	๘.๐๐
๒.๒ ๒๐-๓๗ ปี	๕๓	๕๓.๐๐
๒.๓ ๓๗-๕๓ ปี	๒๔	๒๔.๐๐
๒.๔ ๕๔ ปี ขึ้นไป	๑๕	๑๕.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๓. ระดับการศึกษา		
๓.๑ ประถมศึกษา	๑๒	๑๒.๐๐
๓.๒ มัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	๒๓	๒๓.๐๐
๓.๓ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	๑๐	๑๐.๐๐
๓.๔ ปริญญาตรี	๔๖	๔๖.๐๐
๓.๕ สูงกว่าปริญญาตรี	๙	๙.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๔. อาชีพ		
๔.๑ นักเรียน/นักศึกษา	๒๓	๒๓.๐๐
๔.๒ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๒๒	๒๒.๐๐
๔.๓ พนักงานบริษัทเอกชน	๑๘	๑๘.๐๐
๔.๔ ธุรกิจส่วนตัว	๒๒	๒๒.๐๐
๔.๕ รับจ้าง	๑๓	๑๓.๐๐
๔.๖ อื่น ๆ	๒	๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐

๕. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน		
๕.๑ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒๑	๒๑.๐๐
๕.๒ ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๓๙	๓๙.๐๐
๕.๓ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท	๑๙	๑๙.๐๐
๕.๔ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ บาท	๕	๕.๐๐
๕.๕ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท	๗	๗.๐๐
๕.๖ มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาท	๙	๙.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐
๖. ภูมิสำเนา		
๖.๑ ภาคเหนือ	๔	๔.๐๐
๖.๒ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๑๓	๑๓.๐๐
๖.๒ ภาคกลาง	๒๓	๒๓.๐๐
๖.๒ ภาคใต้	๒	๒.๐๐
๖.๒ ภาคตะวันออก	๕๖	๕๖.๐๐
๖.๓ ภาคตะวันตก	๒	๒.๐๐
รวม	๑๐๐	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๖ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน ๕๒ คน (ร้อยละ ๕๒.๐๐) และเป็นเพศชาย จำนวน ๔๘ คน (ร้อยละ ๔๘.๐๐)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ ๒๐-๓๗ ปี จำนวน ๕๓ คน (ร้อยละ ๕๓.๐๐) อายุ ๓๘-๕๓ ปี จำนวน ๒๔ คน (ร้อยละ ๒๔.๐๐) อายุ ๕๔ ปีขึ้นไป จำนวน ๑๕ คน (ร้อยละ ๑๕.๐๐) และอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี จำนวน ๘ คน (ร้อยละ ๘.๐๐)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๔๖ คน (ร้อยละ ๔๖.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน ๒๓ คน (ร้อยละ ๒๓.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน ๑๒ คน (ร้อยละ ๑๒.๐๐) มีระดับการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๑๐.๐๐) และมีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน ๙ คน (ร้อยละ ๙.๐๐)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานนักศึกษา จำนวน ๒๓ คน (ร้อยละ ๒๓.๐๐) มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๒๒ คน (ร้อยละ ๒๒.๐๐) มี

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๑๘ คน (ร้อยละ ๑๘.๐๐) มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน ๒๒ คน (ร้อยละ ๒๒.๐๐) และมีอาชีพอื่นๆ คือ จักสานและเกษตรกร จำนวน ๒ คน (ร้อยละ ๒.๐๐)

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ๑๐,๐๐๑-๑๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๙ คน (ร้อยละ ๓๙.๐๐) มีรายได้น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๑ คน (ร้อยละ ๒๑.๐๐) มีรายได้ ๑๕,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๙ คน (ร้อยละ ๑๙.๐๐) มีรายได้ ๒๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๕ คน (ร้อยละ ๕.๐๐) มีรายได้ ๒๐,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ บาท และมากกว่า ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๙ คน (ร้อยละ ๙.๐๐)

จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก จำนวน ๕๖ คน (ร้อยละ ๕๖.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน ๒๓ คน (ร้อยละ ๒๓.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน ๑๓ คน (ร้อยละ ๑๓.๐๐) ภาคเหนือ จำนวน ๔ คน (ร้อยละ ๔.๐๐) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก จำนวน ๒ คน (ร้อยละ ๒.๐๐)

ตอนที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ ๔.๗ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑. ด้านข้อมูลการนำเสนอ	๔.๕๐	๐.๗๐๐	มากที่สุด
๒. ด้านการออกแบบ	๔.๕๘	๐.๖๑๐	มากที่สุด
๓. ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	๔.๗๖	๐.๔๙๐	มากที่สุด
๓. ด้านภาพรวมของสื่อ	๔.๗๓	๐.๔๘๐	มากที่สุด
รวม	๔.๖๔	๐.๕๗๐	มากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๔.๖๔, S.D. = ๐.๕๗๐) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก พบว่า ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X}$ = ๔.๗๖, S.D. = ๐.๔๙๐) ด้านภาพรวมของสื่อ ($\bar{X}$ = ๔.๗๓, S.D. = ๐.๔๘๐) ด้านการออกแบบ ($\bar{X}$ = ๔.๕๘, S.D. = ๐.๖๑๐)

ตารางที่ ๔.๘ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑.๑ ด้านข้อมูลการนำเสนอ			
๑.ความชัดเจนในการอธิบายข้อมูล	๔.๔๓	๐.๖๘๕	มาก
๒.การเรียบเรียงข้อมูลที่เข้าใจง่าย	๔.๕๔	๐.๗๐๒	มากที่สุด
๓.ความเหมาะสมของข้อมูลในแต่ละตอน	๔.๔๐	๐.๗๕๒	มาก
๔.การสื่อความหมายชัดเจนทั้งภาพ ข้อความ และเสียง	๔.๕๗	๐.๖๕๕	มากที่สุด
๕.ความน่าสนใจในการนำเสนอ	๔.๕๑	๐.๗๑๘	มากที่สุด
๖.ความสอดคล้องของสื่อกับการนำเสนอ	๔.๕๒	๐.๗๑๗	มากที่สุด
รวม	๔.๕๐	๐.๗๐๐	มากที่สุด
๑.๒ ด้านการออกแบบ			
๗.ความง่ายของการเข้าใช้สื่อ	๔.๖๐	๐.๖๓๐	มากที่สุด
๘.ความสอดคล้องของภาพและเสียง	๔.๖๘	๐.๕๓๐	มากที่สุด
๙.การจัดวางรูปแบบง่ายต่อการอ่าน	๔.๔๙	๐.๖๕๙	มาก
๑๐.ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย	๔.๕๖	๐.๖๕๙	มากที่สุด
๑๑. ภาพประกอบสื่อความหมาย น่าสนใจ	๔.๗๒	๐.๕๓๓	มากที่สุด
๑๒. เสียงบรรยายชัดเจน ออกเสียงตามได้ง่าย	๔.๔๖	๐.๖๘๘	มาก
๑๓. สื่อมีความคงทน	๔.๖๐	๐.๖๐๓	มากที่สุด
รวม	๔.๕๘	๐.๖๑๐	มากที่สุด
๑.๓ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ			
๑๔.ได้รับความรู้และสาระที่เป็นประโยชน์	๔.๗๙	๐.๔๗๙	มากที่สุด
๑๕.สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น	๔.๗๓	๐.๕๑๐	มากที่สุด
รวม	๔.๗๖	๐.๔๙๐	มากที่สุด
๑.๔ ด้านภาพรวมของสื่อ			
๑๖. ความเหมาะสมในการเป็นสื่อ	๔.๗๑	๐.๔๙๘	มากที่สุด
๑๗. เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง	๔.๖๘	๐.๕๓๐	มากที่สุด

ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = ๑๐๐		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
๑๘. ความสะดวกในการใช้งาน	๔.๘๑	๐.๕๑๙	มากที่สุด
รวม	๔.๗๓	๐.๕๘๐	มากที่สุด
รวม	๔.๖๑	๐.๖๐๙	มากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๖๑$, S.D. = ๐.๖๐๙) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก พบว่า ด้านภาพรวมของสื่อ ข้อที่ ๑๘. ความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X} = ๔.๗๓$, S.D. = ๐.๕๑๐) ด้านประโยชน์ที่ได้รับข้อที่ ๑๔. ได้รับความรู้และสาระที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = ๔.๗๙$, S.D. = ๐.๕๗๙) ด้านประโยชน์ที่ได้รับข้อที่ ๑๕. สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น ($\bar{X} = ๔.๗๓$, S.D. = ๐.๕๑๐)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า สื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรามีจุดเด่นในการใช้เทคโนโลยีทันสมัย การเข้าถึงสะดวก และเป็นผลงานที่มีจำนวนน้อย โดยมีการนำเสนอข้อมูลเส้นทางและจุดไฮไลท์การช้อปปิ้ง ซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อควรปรับปรุงในด้านความครบถ้วนของข้อมูล ความยาวคลิปที่มากเกินไป คุณภาพภาพที่มืด และการพูดที่ไม่ชัดเจน จึงควรพัฒนาด้านเทคนิคการผลิตสื่อ เช่น คุณภาพเสียง ความคมชัดของภาพ และการจัดแสง รวมถึงปรับปรุงด้านเนื้อหาโดยปรับจังหวะการพูด ทำคลิปให้กระชับ และเพิ่มรายละเอียดข้อมูลสำคัญ นอกจากนี้ ควรเพิ่มเติมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารใกล้เคียง วัฒนธรรมประเพณี และเพิ่มการโปรโมทผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น

๔.๓ ผลการนำเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๓.๑ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีขั้นตอนดังนี้

๔.๓.๑.๑ การวางแผนและเตรียมการ กระบวนการเริ่มต้นด้วยการวางแผนและเตรียมการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย

๑) สร้างทีมเยาวชนโดยคัดเลือกสมาชิกที่มีความสนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว รวมถึงมีทักษะที่เกี่ยวข้อง เช่น การเขียน การถ่ายทำ และการตัดต่อวิดีโอ

๒) จัดแบ่งหน้าที่ในทีมตามความสามารถของแต่ละบุคคล เพื่อให้การทำงานเป็นระบบและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

๓) กำหนดเป้าหมายของสื่อให้ชัดเจน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอนุรักษ์เอกลักษณ์ชุมชน หรือการเผยแพร่ความรู้ทางประวัติศาสตร์

๔.๓.๑.๒ การเลือกและประเมินสถานที่ โดยการคัดเลือกสถานที่ที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสื่อที่สามารถนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน มีรายละเอียดดังนี้

๑) คัดเลือกสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (เช่น วัด ตลาดเก่า หรือชุมชนเอกลักษณ์)

๒) ประเมินความเหมาะสม โดยพิจารณาความน่าสนใจ ความสะดวกในการเข้าถึง และศักยภาพในการนำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรม

๔.๓.๑.๓ การสำรวจข้อมูลชุมชนสภาพปัจจุบันและความต้องการ เพื่อให้สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถสะท้อนความเป็นจริงของชุมชนและตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่ ทีมงานต้องลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจริง มีรายละเอียดดังนี้

๑) ลงพื้นที่เพื่อสำรวจสภาพปัจจุบัน โดยแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์คนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม

๒) ลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการ โดยสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อที่ต้องการ เช่น วิดีโอประชาสัมพันธ์ สารคดี หรือเนื้อหาทางการศึกษาที่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม

๔.๓.๑.๔ การศึกษาบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อให้สื่อที่ผลิตขึ้นมีความถูกต้องและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างแท้จริง ทีมงานจะดำเนินการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่โดยใช้การสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูลจริง มีรายละเอียดดังนี้

๑) การเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน ทีมงานจะลงพื้นที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ออกแบบมาเพื่อรวบรวมข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประวัติและความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและสังคมของชุมชน วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน เช่น เทศกาล ประเพณีท้องถิ่น และกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ความเชื่อและค่านิยมของชุมชน ที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและการท่องเที่ยว เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือพิธีกรรมที่สืบทอดกันมา และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น เช่น งานหัตถกรรม การทำอาหารพื้นบ้าน หรือการรักษาโรคแผนโบราณ

๒) การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมผ่านเอกสารและการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ นอกจากการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แล้ว ทีมงานยังศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมผ่านแหล่งต่างๆ เช่น เอกสารประวัติศาสตร์และเอกสารวิชาการ เพื่อเข้าใจถึงพัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยวและบริบททาง

วัฒนธรรม การสัมภาษณ์ผู้อาวุโสและนักวิชาการท้องถิ่น เพื่อเก็บข้อมูลที่อาจไม่ได้ถูกบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร แต่มีความสำคัญในเชิงวัฒนธรรมและสังคม รวมไปถึงการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ เพื่อลงพื้นที่สังเกตและบันทึกภาพบรรยากาศของสถานที่จริง

๓) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้พัฒนาสื่อเมื่อรวบรวมข้อมูลจากชุมชนและแหล่งวิชาการแล้ว ทีมงานจะวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ โดยเน้นการเลือกเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายทอดข้อมูลให้เข้าใจง่ายผ่านการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ การผสมผสานข้อมูลประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแง่มุมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

๔.๓.๑.๕ การอบรมเยาวชนและการวางแผนสื่อ เพื่อให้ทีมงานเยาวชนมีความพร้อมในการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ จะมีการอบรมความรู้และทักษะที่จำเป็น

๑) การอบรมด้านการผลิตสื่อวิดีโอ เน้นให้ความรู้ตั้งแต่หลักการพื้นฐานการถ่ายวิดีโอ การใช้อุปกรณ์ต่างๆ ไปจนถึงการเล่าเรื่องผ่านภาพเคลื่อนไหว ทีมงานจะได้เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและฝึกปฏิบัติจริง เพื่อให้เข้าใจกระบวนการผลิตวิดีโออย่างครบวงจร ตั้งแต่การวางแผน การถ่ายทำ ไปจนถึงการตัดต่อ

๒) การอบรมด้านสื่อสิ่งพิมพ์ จะครอบคลุมทั้งการออกแบบกราฟิก การใช้โปรแกรมออกแบบ และการเขียนเนื้อหา ทีมงานจะได้เรียนรู้หลักการจัดวางองค์ประกอบ การเลือกใช้สีและตัวอักษร รวมถึงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เพื่อให้สามารถสร้างสร้งงานที่มีความสวยงามและสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์

๔.๓.๑.๖ การถ่ายทำและเก็บภาพ หลังจากเตรียมความพร้อมแล้ว ทีมงานจะลงพื้นที่ถ่ายทำ โดยคำนึงถึงการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนอย่างสมจริง

๑) ใช้เทคนิคการถ่ายทำที่เหมาะสม เช่น การใช้มุมกล้องที่สื่อถึงบรรยากาศของสถานที่ การใช้โดรนเพื่อเก็บภาพมุมสูง หรือการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในชุมชน

๒) บันทึกภาพกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น พิธีกรรมดั้งเดิม งานประเพณี หรือวิถีชีวิตของคนในชุมชน

๔.๓.๗ การผลิตและตรวจสอบสื่อ

๑) ตัดต่อวิดีโอโดยเพิ่มองค์ประกอบที่เหมาะสม เช่น เสียงพากย์ เพลงประกอบ และเอฟเฟกต์ที่ช่วยเสริมบรรยากาศของเรื่องราว

๒) ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ทั้งในแง่ของข้อมูลทางประวัติศาสตร์และการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชน ก่อนนำไปเผยแพร่

๔.๓.๑.๘ การคืนข้อมูลและเผยแพร่

๑) จัดกิจกรรมเปิดตัวสื่อในชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

๒) เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย ได้แก่ ดิกต็อก(TikTok), ยูทูป (YouTube)

๔.๓.๑.๙ การติดตามผลและประเมินผล

๑) ประเมินผลกระทบของสื่อต่อการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเกี่ยวกับความเข้าใจและความน่าสนใจของสื่อ

๒) สรุปกระบวนการทำงาน ผลลัพธ์ และบทเรียนที่ได้รับเพื่อปรับปรุงในอนาคต



ภาพที่ ๔.๑๘ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔.๓.๒ การประเมินกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย
เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อประเมินคุณภาพของกระบวนการ
กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
โดยการเก็บข้อมูลจาก ผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ และกลุ่มผู้แทนชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ความคิดเห็น
เกี่ยวกับ ประสิทธิภาพ ความเหมาะสม จุดที่ต้องปรับปรุง และข้อเสนอแนะ พบว่า กระบวนการที่ใช้มี
ความ ชัดเจนและเข้าใจง่าย แต่ควรลดขั้นตอนที่ซับซ้อน ทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถดำเนินงานได้เป็น
ระบบมากขึ้น การลดความซ้ำซ้อนโดยการรวมบางขั้นตอนเข้าด้วยกันช่วยให้โครงการดำเนินไปได้
อย่าง ราบรื่น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ กระบวนการยังคงไว้ซึ่ง สาระสำคัญ โดยเน้นที่
แก่นหลักของการผลิตสื่อ ทำให้เนื้อหาที่ออกมาสะท้อนวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน ข้อควรปรับปรุง
ได้แก่ ขาดการอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตสื่อ แม้ว่ากระบวนการจะมีความเป็นระบบ แต่ยัง
ขาดการฝึกปฏิบัติด้านการ ตัดต่อและ Storytelling อย่างเข้มข้น ควรเพิ่มช่วงอบรมเชิงปฏิบัติการ
เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถพัฒนาทักษะได้อย่างเต็มที่

โดยจากการสนทนากลุ่มเพื่อประเมินการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีการปรับลดขั้นตอนจาก ๙ ขั้นตอน
เหลือ ๗ ขั้นตอน โดยมีการบูรณาการขั้นตอนที่มีความเกี่ยวเนื่องเข้าด้วยกัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนและ
เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ในด้านการปรับปรุงที่สำคัญคือการรวมขั้นตอนการเลือกและ
ประเมินสถานที่เข้ากับขั้นตอนการวางแผนและเตรียมการ เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ
เตรียมความพร้อมในระยะเริ่มต้น นอกจากนี้ ยังได้ผนวกการศึกษาบริบททางประวัติศาสตร์และ
วัฒนธรรมเข้ากับการสำรวจข้อมูลชุมชน ทำให้การเก็บข้อมูลมีความครอบคลุมและเป็นระบบมากขึ้น
การบูรณาการขั้นตอนเหล่านี้ช่วยให้การดำเนินโครงการมีความกระชับและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลจากการสนทนากลุ่มพบว่า กระบวนการที่ปรับปรุงใหม่มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น
การลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ และที่สำคัญคือยังคง
รักษาสาระสำคัญของการผลิตสื่อไว้ได้อย่างครบถ้วน อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะว่าควรเพิ่มการ
อบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตัดต่อและการเล่าเรื่องให้เข้มข้นมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นใน
การผลิตสื่อให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ ในส่วนของการติดตามและประเมินผล กระบวนการใหม่ยังคงให้
ความสำคัญกับการวัดผลกระทบทั้งในมิติของการท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อให้สามารถประเมิน
ความสำเร็จของโครงการได้อย่างรอบด้าน การปรับปรุงกระบวนการดังกล่าวจึงถือเป็นการพัฒนาที่
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยยังคงรักษาคุณภาพและบรรลุวัตถุประสงค์หลักของโครงการ
ได้อย่างครบถ้วน

จุดที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ การถ่ายทำและเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของกระบวนการพัฒนา เนื่องจากการลงพื้นที่จริงช่วยให้สามารถรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ส่งผลให้สื่อที่ผลิตขึ้นสามารถ สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ได้อย่างสมบูรณ์แบบ การถ่ายทำที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยให้ภาพมีความคมชัด แต่ยังทำให้เนื้อหามีความน่าเชื่อถือและเข้าถึง อารมณ์ของผู้ชมได้มากขึ้น ในด้านการผลิตและตรวจสอบคุณภาพของสื่อ พบว่า กระบวนการตัดต่อ และเพิ่มองค์ประกอบด้านเสียงถือเป็น จุดแข็งสำคัญ ที่ช่วยยกระดับคุณภาพของสื่อ ทำให้สื่อที่ผลิตมี ความ สมบูรณ์และน่าสนใจมากขึ้น การใช้เทคนิคการตัดต่อที่เหมาะสมช่วยให้เนื้อหามีความต่อเนื่อง ขณะที่องค์ประกอบด้านเสียง เช่น ดนตรีประกอบและการบรรยายเสียง ช่วยเสริมอารมณ์และทำให้สื่อ มีพลังมากขึ้นในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

จุดที่ต้องพัฒนา ได้แก่ การอบรมเยาวชนให้มีทักษะมากขึ้น โดยควรมีการเสริมทักษะด้านการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โปรแกรมตัดต่อวิดีโอระดับมืออาชีพและเทคนิคการถ่ายทำขั้นสูง เพื่อให้ เยาวชนสามารถสร้างสื่อที่มีคุณภาพและดึงดูดความสนใจได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรเชิญผู้เชี่ยวชาญ มา ถ่ายทอดเทคนิคพิเศษ เช่น Cinematic Video, Storytelling และการใช้แสง-สี เพื่อเพิ่มศักยภาพใน การเล่าเรื่องให้มีอารมณ์และความน่าสนใจมากขึ้น

จากการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัด ฉะเชิงเทราพบว่า ตี๊กต็อก(TikTok) เป็นแพลตฟอร์มยอดนิยม จึงควรใช้ TikTok Analytics วัด ประสิทธิภาพผ่านตัวชี้วัดต่างๆ เช่น ยอดวิว อัตราการมีส่วนร่วม ระยะเวลารับชม และอัตราการดูจบ พร้อมทั้งเก็บฟีดแบคผ่านโพลและคำถามเพื่อเข้าใจความคิดเห็นผู้ชม โดยในด้านกลยุทธ์การสร้าง เนื้อหา ควรผลิตวิดีโอสั้นที่ดึงดูดความสนใจใน ๓ วินาทีแรก ใช้เทคนิค Storytelling ที่เหมาะสม เช่น Vlog สั้น รีวิวสถานที่ และใช้เสียงตามเทรนด์ โดยทำ A/B Testing เพื่อหารูปแบบที่ได้รับความนิยม สูงสุด สำหรับการติดตามผลระยะยาว ควรพิจารณาทั้งตัวเลขผู้ชมและผลกระทบที่เกิดขึ้น เช่น การ เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนกับเนื้อหาที่เผยแพร่

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

จากประเมินกระบวนการผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่า กระบวนการควร ปรับปรุงใหม่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้เยาวชนสามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ตรงตามเป้าหมายได้ดี ยิ่งขึ้น โดยกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา มีขั้นตอนลดลงจาก ๙ ขั้นตอน เหลือ ๗ ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา

๑) การวางแผนและเตรียมการ

๑.๑) คัดเลือกและจัดตั้งทีมเยาวชนที่มีความสนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
พร้อมทักษะที่เกี่ยวข้อง เช่น การเขียน การถ่ายภาพ และการตัดต่อวิดีโอ

๑.๒) จัดแบ่งหน้าที่ในทีมตามความสามารถของแต่ละบุคคล เพื่อให้การทำงานเป็น
ระบบและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

๑.๓) กำหนดเป้าหมายของสื่อให้ชัดเจน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
การอนุรักษ์เอกลักษณ์ชุมชน หรือการเผยแพร่ความรู้ทางประวัติศาสตร์

๒) การสำรวจและประเมินสถานที่

๒.๑) คัดเลือกสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น วัด ตลาดเก่า
หรือชุมชนเอกลักษณ์

๒.๒) ลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว
ศักยภาพในการนำเสนอเรื่องราว และความต้องการของชุมชน ผ่านการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

๒.๓) วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางพัฒนาสื่อ

๓) การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

๓.๑) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และภูมิ
ปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว ผ่านเอกสารวิชาการ การสัมภาษณ์ผู้อาวุโส และนักวิชาการท้องถิ่น

๓.๒) สังเกตและบันทึกบรรยากาศของสถานที่จริง เพื่อให้สามารถนำเสนอเนื้อหาที่
สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างแท้จริง

๔) การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ

๔.๑) อบรมด้านการผลิตสื่อวิดีโอและสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเน้นการเล่าเรื่อง เทคนิคการ
ถ่ายภาพ การตัดต่อ และการออกแบบกราฟิก

๔.๒) วางแผนการผลิตสื่อ กำหนดแนวทางการนำเสนอและรูปแบบที่เหมาะสม เช่น
วิดีโอประชาสัมพันธ์ สารคดี หรือสื่อเพื่อการศึกษา

๕) การถ่ายภาพและผลิตสื่อ

๕.๑) ลงพื้นที่ถ่ายภาพโดยใช้เทคนิคที่เหมาะสม เช่น การใช้มุมกล้องเพื่อสื่อถึง
บรรยากาศของสถานที่ การสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในชุมชน และการบันทึกภาพกิจกรรมทางวัฒนธรรม

๕.๒) ตัดต่อและปรับแต่งสื่อ โดยเพิ่มองค์ประกอบที่เหมาะสม เช่น เสียงพากย์ เพลง
ประกอบ และเอฟเฟกต์ที่ช่วยเสริมบรรยากาศของเรื่องราว

๖) การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ

๖.๑) ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ทั้งในแง่ของข้อมูลทางประวัติศาสตร์และ การถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชน

๖.๒) จัดกิจกรรมเปิดตัวสื่อในชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

๖.๓) เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย ได้แก่ ตี๊กต็อก(TikTok), ยูทูบ (YouTube)

๗) การติดตามและประเมินผล

๗.๑) ประเมินผลกระทบของสื่อต่อการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเกี่ยวกับความเข้าใจและความน่าสนใจของสื่อ

๗.๒) สรุปบทเรียนที่ได้รับ และแนวทางปรับปรุงกระบวนการในอนาคต

กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



แผนภาพที่ ๔.๑๙ องค์ความรู้ที่ได้จากการการวิจัย

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษา วิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ๒) เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ๓) เพื่อเสนอกระบวนการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คัดเลือกโดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ ๑.กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มนี้ประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๔ คน กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๓ คน กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๒๑ คน นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน จำนวน ๑๘ คน และกลุ่มเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน ๒๕ คน นอกจากนี้ สำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ยังมีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพิ่มเติม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน ๒ คน กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน ๗ คน กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน ๖ คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน ๑ คน ๒.กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ใช้สื่อ ซึ่งคัดเลือกโดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีจำนวนทั้งหมด ๒๐๐ คน เมื่อรวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด พบว่ามีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มรวม ๖๒ คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำหรับการตอบแบบสอบถาม ๒๐๐ คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษานี้จำนวน ๒๖๒ คน

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้เยาวชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการออกแบบและผลิตสื่อที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกเป็น ๔ ประเภทหลัก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อดิจิทัล และสื่อจดหมาย ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สื่อดิจิทัล เป็นประเภทที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok เนื่องจากสื่อดิจิทัลสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างหลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย และเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว สำหรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ แม้จะมีบทบาทรองลงมา แต่ยังคงมีความสำคัญในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการเนื้อหาที่มีความลึกซึ้งและรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความสำคัญของสถานที่ ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว และโบสเตอร์ ยังคงมีความจำเป็นในบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวที่ไม่ถนัดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จากการวิจัยพบว่า ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ รวมถึงกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ซึ่งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลจากสื่อดิจิทัล ส่งผลให้ยังคงมีความจำเป็นต้องใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์ ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวที่นิยมใช้สื่อแบบดั้งเดิม ดังนั้นแม้สื่อดิจิทัลจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน แต่สื่อรูปแบบอื่น ๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ยังคงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทางผู้วิจัยได้ผสมผสานการใช้สื่อทั้ง ๓ ประเภท ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง รวมไปถึงมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตาม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงมีความสำคัญในบางกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้สื่อแบบผสมผสานจะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา แสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันโดดเด่นของเยาวชน ในการสร้างสรรค์สื่อที่มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเยาวชนสามารถพัฒนาสื่อที่มีความหลากหลายรูปแบบ ทั้งวิดีโอคลิปที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่รวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจ และโบรชัวร์ที่นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวแบบครบวงจร นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งขั้นตอนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เกิดจากการบูรณาการความร่วมมือระหว่างเยาวชนและชุมชนอย่างแท้จริง โดยเยาวชนได้ลงพื้นที่เก็บ

ข้อมูล สัมภาษณ์ผู้รู้ในท้องถิ่น และศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างละเอียด ทำให้สามารถสร้างสรรค์สื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทราได้อย่างลึกซึ้งและน่าสนใจ การทำงานร่วมกับชุมชนยังช่วยให้เยาวชนได้เรียนรู้และเข้าใจคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเองมากยิ่งขึ้น สื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากมีการออกแบบที่ทันสมัย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้สะดวกผ่านอุปกรณ์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ การที่เยาวชนเป็นผู้พัฒนาสื่อเองยังช่วยให้การนำเสนอมีความน่าสนใจและแตกต่าง สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรานี้เป็นการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในหลายด้าน ทั้งการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ยังเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด จากผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับชมสื่อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านประโยชน์ที่ได้รับและคุณภาพของสื่อ ผู้ชมส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจน มีความน่าสนใจ และสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเฉพาะการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และกิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งหลายคนอาจยังไม่เคยรู้จักมาก่อน

อย่างไรก็ตาม จากการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ชม พบว่ายังมีประเด็นที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมหลายประการ ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความคมชัดมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของภาพและเสียง การนำเสนอเนื้อหาให้กระชับและตรงประเด็นมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละสถานที่ นอกจากนี้ ควรมีการขยายช่องทางการเผยแพร่สื่อให้หลากหลายและกว้างขวางมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า การส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วม ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเยาวชนมีความคิดสร้างสรรค์ เข้าใจเทคโนโลยี และสามารถนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ที่น่าสนใจ การสนับสนุนให้เยาวชนได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพในด้านนี้จึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ทั้งในแง่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของท้องถิ่น

กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชนในการสร้างสรรค์สื่อที่มีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนแรกเริ่มจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์

และออกแบบสื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงดำเนินการพัฒนาศักยภาพเยาวชนผ่านการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อที่หลากหลาย รวมถึงการใช้แอปพลิเคชัน CapCut สำหรับการตัดต่อวิดีโอ การออกแบบอินโฟกราฟิก และการสร้างเนื้อหาที่มีความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเยาวชนได้รับการพัฒนาทักษะแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนการทดลองผลิตสื่อและนำไปเผยแพร่เพื่อประเมินผลตอบรับจากนักท่องเที่ยว ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงสื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น หลังจากนั้นจึงดำเนินการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม

ผลการศึกษาพบว่าสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างแพลตฟอร์มดิจิทัลกับการเล่าเรื่อง (Storytelling) ซึ่งช่วยสร้างความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของเยาวชนยังช่วยสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นแรงขับเคลื่อนในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลายด้าน ทั้งงบประมาณ การฝึกอบรมเพิ่มเติม และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เพื่อให้เยาวชนสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพสูงและพัฒนาเป็นอาชีพในอนาคตได้ การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้วิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก และโซเชียลมีเดีย ซึ่งสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง การมีส่วนร่วมของเยาวชนยังช่วยสร้างมุมมองใหม่ในการนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความน่าสนใจและเข้าถึงง่ายขึ้น

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสร้างสรรค์ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัล และการเล่าเรื่อง (Storytelling) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการผลิตสื่อช่วยสร้างความตระหนักรู้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่ออย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน เพื่อให้เยาวชนสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพและพัฒนาต่อยอดเป็นอาชีพได้ในอนาคต

ดังนั้นการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราเน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและออกแบบสื่อให้เหมาะสม เยาวชนได้รับการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตสื่อ เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อนำเสนอข้อมูลวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจ สื่อที่พัฒนาถูกนำไปเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อออฟไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการนี้ช่วยให้เยาวชนเรียนรู้และตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมต่อยอดทักษะด้านสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพในอนาคต

๕.๒ อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา" สามารถอภิปรายผลโดยอ้างอิงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนผลลัพธ์ที่ได้ดังนี้

จากการศึกษา สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าสื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube, TikTok และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถอธิบายได้จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งระบุว่าสื่อดิจิทัลมีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง มีความสะดวกในการเผยแพร่ และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Schramm (1954)^๑ เกี่ยวกับวงจรการสื่อสาร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารต้องสามารถเข้ารหัส (encode) และถอดรหัส (decode) สารที่ได้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อดิจิทัลมีข้อได้เปรียบในด้านนี้ เนื่องจากสามารถใช้มัลติมีเดีย เช่น ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ และกราฟิก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร นอกจากนี้ ยัง สอดคล้องกับทฤษฎีของ Guilford^๒ และ Torrance^๓ ที่เน้นว่าสื่อสร้างสรรค์ควรมีองค์ประกอบที่กระตุ้นความคิดริเริ่มและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อดิจิทัลจะได้รับความนิยมสูงสุด แต่ผลการวิจัยพบว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิดีโอและโทรศัพท์ ยังมีความสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการเนื้อหาที่ลึกซึ้งและมีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความสำคัญของสถานที่ แนวโน้มดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith (1996)^๔ ที่ระบุว่าสื่อสารแบบโสตทัศน (Audio/Visual Media) สามารถกระตุ้นความสนใจและอารมณ์ของผู้ชมได้มากกว่าสื่อข้อความธรรมดา นอกจากนี้ สื่อ

^๑ Schramm, W. **How communication works**. In W. Schramm (Ed.), *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press. 1954. p. 3-26.

^๒ Guilford, J.P., **Structure of Intellect Psychological**, New York: McGraw-Hill Book Co., 1956, p. 389.

^๓ Torrance, E.P. and Myers, R.E., *Creative Learning and Teaching*. New York: Dood, Mead and Company, 1972, p.34.

^๔ Stephen Pratt, Dawn Gibson and Apisalome Movono, *Tribal Tourism in Fiji: An Application and Extension of Smith's 4Hs of Indigenous Tourism*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, iFirst article, 2012. (SSN 1094-1665 print/ISSN 1741-6507 online/12/000001- 19 # 2012 Asia Pacific Tourism Associationhttp://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.717957), p.2.

สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์ ยังคงมีความจำเป็นสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุและผู้ที่ไม่ถนัดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่ง สอดคล้องกับทฤษฎีของ Getzels & Jackson (2010)^๕ เกี่ยวกับการตลาดแบบแบ่งกลุ่ม (Market Segmentation) ที่ระบุว่าสื่อแต่ละประเภทเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เป็นแนวทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้สื่อในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ เพราะสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของเยาวชนในการเป็นนักสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้เป็นอย่างดี โดยเยาวชนสามารถผลิตสื่อได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น วิดีโอคลิปประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ โบรชัวร์ และเนื้อหาออนไลน์ที่น่าเสนอผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2011)^๖ ที่ระบุว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการผลิตสื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้สนใจและเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกนก นิลดำ และคณะ(2562)^๗ ที่ศึกษาการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ซึ่งพบว่า เยาวชนมีความสามารถในการนำเสนอเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเสนอ จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า สื่อที่พัฒนาขึ้นได้รับการตอบรับในระดับสูง โดยเฉพาะในด้าน การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน มีความน่าสนใจ และสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสื่อที่มีคุณภาพสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุมารณ์ ชันศรี (2550)^๘

^๕ Getzels, J. W., & Jackson, P. W. *Creativity, and Intelligence: Exploration with Gifted Students*. New York: John Wiley & Sons, 1962, p.55.

^๖ Richards, G. *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 2011. p.1225-1253.

^๗ กรกนก นิลดำ และคณะ, แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒, ๒๕๖๒, หน้า ๒๒๐-๒๓๗.

^๘ สุขุมารณ์ ชันศรี, การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์, การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, ๒๕๕๑, หน้า ๖๐๑-๖๐๗.

ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่าสื่อที่ได้รับการออกแบบให้มีความน่าสนใจและเข้าถึงได้ง่ายสามารถช่วยกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายชี้ให้เห็นว่า ยังมีบางจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความคมชัดมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของภาพและเสียง การสื่อสารเนื้อหาให้กระชับและตรงประเด็นมากขึ้น การเพิ่มข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละสถานที่ การขยายช่องทางการเผยแพร่สื่อให้ครอบคลุมและหลากหลายขึ้น เช่น การนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว หรือการใช้แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ นอกจากนี้จากการวิจัยพบว่า สื่อที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ Instagram สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นิยมค้นหาข้อมูลจากสื่อดิจิทัลก่อนการเดินทาง ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaofeng Li (2018)^๙ ที่ศึกษาบทบาทของโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งพบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และทำให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guttentag (2010)^{๑๐} ซึ่งพบว่า การใช้เทคโนโลยี Virtual Reality (VR) และสื่อดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ท่องเที่ยวเสมือนจริงให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ในอนาคต

จากการศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าเป็นการทำงานที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชนในการสร้างสรรค์สื่อที่มีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานเริ่มจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และออกแบบสื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินงานนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2560)^{๑๑} ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้และสัมผัสอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านมรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบสื่อให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าใจและสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัด

^๙ Li, X., Wang, Y., & Yu, Y. (2018). The Role of Social Media in Cultural Tourism Promotion: A Case Study of Chinese Tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, pp.139-148.

^{๑๐} Guttentag, D. Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*. 31(5). 2010.

^{๑๑} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร. พิมพ์ครั้งที่ ๒. (ฉบับปรับปรุง).

ฉะเชิงเทรา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉราพร เฉลิขิต และคณะ (2563)^{๑๒} ได้ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเน้นการจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสินค้าทางวัฒนธรรมให้สามารถเข้าถึงและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวเข้ากับการสื่อสารผ่านสื่อสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการเข้าถึง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชมาภรณ์ ชันศรี (2562)^{๑๓} ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์งานเทศกาลท่องเที่ยว พบว่าการใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ และเว็บไซต์ มีผลต่อการรับรู้และตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสามารถช่วยกระตุ้นความสนใจและเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเยาวชนได้รับการพัฒนาทักษะแล้ว โครงการเข้าสู่ขั้นตอนการตลาดผลิตสื่อและนำไปเผยแพร่เพื่อประเมินผลตอบรับจากนักท่องเที่ยว ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงสื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น กระบวนการนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของเยาวชนของ UNESCO (2020)^{๑๔} ที่กล่าวว่า เยาวชนมีบทบาทสำคัญในการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถนำเสนอวัฒนธรรมในมุมมองที่ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวได้ว่าสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างแพลตฟอร์มดิจิทัลกับการเล่าเรื่อง (Storytelling) ซึ่งช่วยสร้างความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ Storytelling ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของ Stephen Pratt (2015)^{๑๕} ที่กล่าวว่าเรื่องราวที่มีโครงสร้างดีและใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางเผยแพร่สามารถกระตุ้นความสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากขึ้น นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของเยาวชนยังช่วยสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นแรงขับเคลื่อนในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

^{๑๒} อัจฉราพร เฉลิขิต และคณะ, การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๒.

^{๑๓} สุชมาภรณ์ ชันศรี, การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์, การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, ๒๕๕๑, หน้า ๖๐๑-๖๐๗.

^{๑๔} UNESCO. (2020). *Youth and Creative Industries: Promoting Cultural Tourism through Digital Media*. Paris: UNESCO Publishing.

^{๑๕} Stephen Pratt, Dawn Gibson and Apisalome Movono, *Tribal Tourism in Fiji: An Application and Extension of Smith's 4Hs of Indigenous Tourism*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, iFirst article, 2012. (SSN 1094-1665 print/ISSN 1741-6507 online/12/000001- 19 # 2012 Asia Pacific Tourism Association <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.717957>), p.2.

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลายด้าน ทั้งงบประมาณ การฝึกอบรมเพิ่มเติม และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2011)^{๑๖} ที่กล่าวว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนสามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะทั่วไป

๑) ควรมีการพัฒนา หลักสูตรฝึกอบรมเยาวชน ในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เน้นการเล่าเรื่องวัฒนธรรมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

๒) ควรจัดตั้ง เครือข่ายเยาวชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๓) ควรมีการส่งเสริม การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) และอินเทอร์แอคทีฟมีเดีย ในการนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรม

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งต่อไป

๑) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เกี่ยวกับ ผลกระทบของสื่อสร้างสรรค์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

๒) ควรมีการเปรียบเทียบ ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ แต่ละประเภท ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๓) ควรมีการศึกษาด้านการบูรณาการ การใช้ AI และ Big Data ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงเป้าหมายมากขึ้น

^{๑๖} Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The State-of-the-Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), pp.1225-1253.

บรรณานุกรม

๑. ภาษาบาลี - ไทย:

๑.๑ ข้อมูลวิทยานิพนธ์

๑.๒.๑ หนังสือภาษาไทย

กรรณก นิลดำ และคณะ. แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
ชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเชียงราย ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒). ๒๕๖๒.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองแผนและงบประมาณ. แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ.
๒๕๖๑ - ๒๕๖๕). องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา. ๒๕๖๒) ออนไลน์.
แหล่งที่มา [https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/Annual
Report2015_1.pdf](https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2015_1.pdf). 2559. สืบค้นเมื่อ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๖.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. -
ก.ย. ปี ๒๕๖๖ (เบื้องต้น) (International Tourist Arrivals to Thailand Jan -
Sep 2023). ๒๕๖๖.

กระทรวงวัฒนธรรม. ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรม ปี ๒๕๕๙ Cultural Tourism Communities
(CTC) 2016. กลุ่มส่งเสริมเครือข่ายท้องถิ่นและชุมชน กองกิจการเครือข่ายวัฒนธรรม
กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๐.

กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. เกมฟิเคชัน (Gamification) โลกแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเกม.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา touchpoint.in.th/gamification. เข้าดูเมื่อวันที่ ๘/๑๑/
๒๕๖๖.

กองแผนและงบประมาณ. แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕). องค์การบริหาร
ส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา. ๒๕๖๒.

ชนัญ วงษ์วิภาค. การท่องเที่ยววัฒนธรรม. คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๕๒.

ฐิติมาภรณ์ โชคสัมฤทธิ์ผล. การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สร้างจิตสำนึกรักษ์ท้องถิ่น
วารินชำราบโดยใช้โครงงานเป็นฐานส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21ของ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๓. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยี
อีสเทิร์น. ๒๕๖๓.

ณัฐชуда วิจิตรจามรี. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
๒๕๕๙.

นภวรรณ ตันติเวชกุล. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่

๒. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๐.

นิคม โขมะนาม. การจัดการวัดไทยเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัดสมานรัตน

ราม อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารศิลปกรรมบูรพา. ๒๕๕๘.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารมนุษยศาสตร์. ปีที่

๑๘ ฉบับที่ ๑ (ม.ค.-มิ.ย. ๒๕๕๔) . ๒๕๕๔.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

กรุงเทพฯ : ธรรมสาร. พิมพ์ครั้งที่ ๒. (ฉบับปรับปรุง).

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ ๒. (กรุงเทพฯ: ไทย

วัฒนาพานิช. ๒๕๒๖).

ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อ

นักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการมรดก

วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๖๑.

ปาริฉัตร อังจะนิล. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า

กรณีศึกษาตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปีจังหวัดสมุทรปราการ. รายงานการวิจัยบัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ๒๕๕๔

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. ราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ลักษณ์. กรุงเทพฯ : นาน

มีบุ๊คส์พับลิเคชันส์. ๒๕๔๖.

มนัส สุวรรณและคณะ. ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่

และจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารพินเศวตสาร ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม -

ธันวาคม 2565.

ยุชิตา กันหาหมิง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์. การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิง

สร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานการประชุมระดับชาติและ

นานาชาติ. ๒๕๖๒.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๕๔ เฉลิมพระเกียรติ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระ

ชนมพรรษา ๗ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๔. (กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน. ๒๕๕๖)

ล้วน สายยศและคณะ. เทคนิคการวิจัยการศึกษา. (กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. ๒๕๓๖)

เลิศลักษณ์ บุญเจริญ. ไส้ธรรวราชมรวิหาร มงคลคู่แปดริ้ว (ที่ระลึกในงานพระราชพิธียกยอดฉัตร

พระอุโบสถหลังใหม่). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดาวฤกษ์ จำกัด. ๒๕๕๔.

วชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์. วัดพระอารามหลวงในกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ. ศูนย์ศิลปะ

วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์. ฉะเชิงเทรา : บริษัทเอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซท จำกัด. ๒๕๖๔.

วิลาสินี ธนพิทักษ์. การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญาชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔.

ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา. การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อดำรงอัตลักษณ์วิถีชุมชนตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๖๖.

ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชาและคณะ. รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา. รายงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย .๒๕๖๑.

ศิริพร พรหมนา. การพัฒนาชุดกิจกรรมทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้สมองเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. ๒๕๖๑.

สมาน วัฒนรังสี. การใช้หนังสือส่งเสริมการอ่านเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. ๒๕๕๖.

สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา. เป้าหมายการพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๘๕). กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา. ๒๕๖๖.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจบริการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง. กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ ๒๕๖๑. ๑๕๖๑.

สุขุมารณ์ ชันธุ์ศรี. การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๖: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. ๒๕๕๑.

สุขุมารณ์ ชันธุ์ศรี. แนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารการจัดการท่องเที่ยว. ๑๒(๑). ๒๕๖๕.

สุชานาฏ สิตานุรักษ์. การพัฒนาสื่อการเรียนรู้“ชุมชนของเรา” เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อ

การสื่อสารของนักเรียนระดับประถมศึกษาชุมชนป่าต๋มดอน อำเภอพร้าวก้าง จังหวัด

เชียงใหม่. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. ๒๕๖๓.

สุนทร คัยนันท์. **ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์.(ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม**

วิทยาลัยครูฉะเชิงเทราจัดพิมพ์เนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรม

ราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ ๓ รอบ ๒ เมษายน ๒๕๓๔. ๒๕๓๗.

สุนทร คัยนันท์. **ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์. ๒๕๓๔.**

เสาวภาคย์ ปฐมพฤษวณิช. **ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารสถานศึกษาชั้น**

พื้นฐาน กลุ่มคุณภาพการศึกษานครหงส์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษาเลย เขต ๑. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. Vol. 17

No. 77 (2020): เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๓. ๒๕๖๓.

อัจฉรพร เณลิขิต และคณะ. **การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ๒๕๖๒.

อาจิณใจนาธาน อาจิณกิจ และจุลเดช ธรรมวงศ์. **วิถีชีวิตลุ่มน้ำบางปะกง ที่ปรากฏในภาพประกอบ**

ตกแต่งศาสนสถานพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารศิลปกรรมบูรพา. Vol. 21 No. 1

(2561). ๒๕๖๑.

อิสรากร. พลวัลย์. **พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างยั่งยืน. รายงานการ**

วิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. ๒๕๖๔.

๑.๒.๒ หนังสือต่างประเทศ

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). 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.

Creswell, J. W. **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods**

approaches (4th ed.). SAGE Publications. 2014.

Getzels. J. W.. & Jackson. P. W. **Creativity. and Intelligence: Exploration with Gifted**

Students. New York: John Wiley & Sons. 1962.

Goeldner. C.. & Ritchie. J. R. B. **Tourism: principles. practices. philosophies (10th ed.).**

- Guilford. J.P. **Structure of Intellect Psychological**. New York: McGraw-Hill Book Co.. 1956.
- Guttentag. D. Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*. 31(5). 2010.
- Heinich. R. et al. **Instructional Media and Technologies for Learning**. New. Jersey: Prentice Hall. Inc. 1996.
- Li. X. Pan. B. Zhang. L. & Smith. W. **The Effect of Social Media on Cultural Tourism Promotion**. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(7). 2018.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. **Naturalistic inquiry**. SAGE Publications. 1985.
- Li, X., Wang, Y., & Yu, **The Role of social media in Cultural Tourism Promotion: A Case Study of Chinese Tourists**. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 2018. 139-148.
- Koster. Emlyn H. **“Science Culture and Cultural Tourism”**. In Mike Robinson. Nigel Evans and Paul Callaghan. eds. *Tourism and Cultural Change: Tourism and Culture towards the 21st Century*.
- McKercher. B. & du Cros. H. **Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**. Routledge. 2002.
- Morse. N. C. **Satisfactions in the White-Collar Job**. Michigan: University of Michigan. Press. 1953.
- Richards. G. **Creativity and Tourism: The State of the Art**. *Annals of Tourism Research*. 38(4). 2011.
- Richards. G. **Rethinking Cultural Tourism**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited. 2021.
- Robinson, M., Evans, N., & Callaghan, P. (Eds.). (1996). *Tourism and culture: Towards the 21st century*. Sunderland, UK: Centre for Travel and Tourism in association with Business Education Publishers.
- Smith. N. **Corporate Social Responsibility: whether or how?** *California Management Review*. 2003.
- Stephen Pratt. Dawn Gibson and Apisalome Movono. **Tribal Tourism in Fiji: An Application and Extension of Smith’s 4Hs of Indigenous Tourism**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. iFirst article. 2012. (SSN 1094-1665

print/ISSN 1741-6507 online/12/000001– 19 # 2012 Asia Pacific Tourism Association(<http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.717957>).

Swarbrook. John. **Consumer Behavior in Tourism** Butterworth-Heinemann. New Jersey: John Wiley and son. Inc. 1999.

Torrance. E.P. and Myers. R.E. **Creative Learning and Teaching**. New York: Dood. Mead and Company. 1972.

UNESCO. **Youth and Digital Media: A Global Perspective on Creativity and Communication**. UNESCO Publishing. 2020.

Stephen Pratt, Dawn Gibson, & Apisalome Movono. (2012). **Tribal Tourism in Fiji: An Application and Extension of Smith's 4Hs of Indigenous Tourism**. Asia Pacific Journal of Tourism Research, iFirst article.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์

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 (มัลลรักษ์) / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มีการแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

เรียนมาด้วยความนับถือ

(พระมหาสมบุญ วุฑฒิกโร, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



แบบประเมินผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร.

พระพรหมพิริยะ ดาวโร และ คณะ

ชื่อนักวิจัย..... สังกัด/ หน่วยงาน.....

ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
รหัส MCU RS.....

๑.ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

๑. โครงร่าง	- ตรวจสอบคำในวัตถุประสงค์การวิจัย - ขอบเขตเนื้อหา คือ จะศึกษา อะไรบ้าง - ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นเยาวชน ไม่ได้ระบุช่วงอายุ - นิยามศัพท์ ควรมาจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ ๒ - กรอบแนวคิดควรใช้รูปแบบ R&D - ระบุรูปแบบการวิจัยให้ชัดเจน
๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ ผู้ร่วมโครงการ	- ครบถ้วน - ในหนังสือรับรองความปลอดภัย ควรเพิ่มหัวข้อสิทธิของอาสาสมัคร เช่น สิทธิในการบอกเลิก การเข้าร่วมกิจกรรม, สิทธิในการไม่ตอบคำถาม, สิทธิในการขอให้ทำลายข้อมูลที่ให้ไปแล้ว เป็นต้น
๓. หนังสือแสดงเจตนา ยินยอมเข้าร่วมวิจัย	- ครบถ้วน
๔. เครื่องมือการวิจัย	- เครื่องมือวิจัยมีหลากหลายมาก แต่ใช้กับกลุ่มประชากรเดียวกัน ควรรวมแบบเครื่องมือวิจัย ไม่แยกประเภทโดยไม่จำเป็น
อื่น ๆ	-

๒.ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความเห็นเพิ่มเติม.....ไม่มีข้อคิดเห็นเพิ่มเติม.....

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

...../...../.....



ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. แบบสอบถามแบ่งเป็น ๔ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๓ ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ คนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม จึงไม่มีผลใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
 คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัทธิรักษ์)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

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 (โปรด

ระบุ).....

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. ภูมิภาค

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

ตอนที่ ๒ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามตอนนี้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา และความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยพิจารณาภาพรวมของแต่ละประเด็น

๒. ข้อมูลแต่ละรายการจะกำหนดระดับให้ท่านเลือกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ๕ ระดับโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ
เกณฑ์การพิจารณา มีดังนี้

ระดับ	ได้รับข้อมูล
๕	หมายถึง มากที่สุด
๔	หมายถึง มาก
๓	หมายถึง ปานกลาง
๒	หมายถึง น้อย
๑	หมายถึง น้อยที่สุด

ตัวอย่าง การตอบแบบสอบถามและการแปลความหมาย

ข้อที่	รายการ	ได้รับข้อมูล				
		๕	๔	๓	๒	๑
๑	ปัจจุบันท่านได้รับข้อมูลจากสื่อสร้างสรรค์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (ภาพวาด) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา มากน้อยเพียงใด	✓				

แปลความหมาย

๕ หมายถึง การได้รับข้อมูลจากสื่อสร้างสรรค์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (ภาพวาด) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่	รายการ	สภาพปัจจุบัน				
		๕	๔	๓	๒	๑
ปัจจุบันท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับใดบ้าง						
๑	ภาพวาด					
๒	แผนผังภาพ ได้แก่ แผนที่เที่ยววัด					
๓	ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์					
๔	วารสาร ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยว					
๕	ใบปลิว					
๖	แผ่นพับ					
๗	หนังสือเล่มเล็ก ได้แก่ หนังสือประวัติวัด					
๘	คู่มือ ได้แก่ คู่มือท่องเที่ยว					
๙	โปสเตอร์					
ปัจจุบันท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราประเภทจดหมายตรงในระดับใดบ้าง						
๑๐	บันทึกข้อความ					
๑๑	จดหมาย					
๑๒	โปสการ์ด					
ปัจจุบันท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับใดบ้าง						
๑๓	วิทยุกระจายเสียง					
๑๔	วีดิทัศน์ (วิดีโอ)					
๑๕	โทรทัศน์					
ปัจจุบันท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราประเภทสื่อดิจิทัลในระดับใดบ้าง						
๑๖	ภาพถ่าย					
๑๗	อีเมล					
๑๘	โฮมเพจ ได้แก่ เว็บไซต์					
๑๙	แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจิตอล ยูทูบ เฟสบุ๊ก เป็นต้น					
๒๐	สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล					

**ตอนที่ ๓ ความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา**

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามตอนนี้เป็น การสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยพิจารณาภาพรวมของแต่ละประเด็น

๒. ข้อมูลแต่ละรายการจะกำหนดระดับให้ท่านเลือกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ๕ ระดับโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ
เกณฑ์การพิจารณา มีดังนี้

ระดับ	ความต้องการ
๕	หมายถึง มีความต้องการมากที่สุด
๔	หมายถึง มีความต้องการมาก
๓	หมายถึง มีความต้องการปานกลาง
๒	หมายถึง มีความต้องการน้อย
๑	หมายถึง มีความต้องการน้อยที่สุด

ตัวอย่าง การตอบแบบสอบถามและการแปลความหมาย

ข้อที่	รายการ	ความต้องการ				
		๕	๔	๓	๒	๑
๑	สื่อสร้างสรรค์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา	✓				

แปลความหมาย

๕ หมายถึง ระดับความต้องการสื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่	รายการ	ความต้องการ				
		๕	๔	๓	๒	๑
สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์						
๑	ภาพวาด					
๒	แผนผังภาพ ได้แก่ แผนที่เที่ยววัด					
๓	ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์					
๔	วารสาร ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยว					
๕	ใบปลิว					
๖	แผ่นพับ					
๗	หนังสือเล่มเล็ก ได้แก่ หนังสือประวัติวัด					
๘	คู่มือ ได้แก่ คู่มือท่องเที่ยว					
๙	โปสเตอร์					
สื่อสร้างสรรค์ประเภทจดหมายตรงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๑๐	บันทึกข้อความ					
๑๑	จดหมาย					
๑๒	โปสการ์ด					
สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๑๓	วิทยุกระจายเสียง					
๑๔	วีดิทัศน์ (วิดีโอ)					
๑๕	โทรทัศน์					
สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อดิจิทัล ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๑๖	ภาพถ่าย					
๑๗	อีเมล					
๑๘	โฮมเพจ ได้แก่ เว็บไซต์					
๑๙	แอปพลิเคชัน ได้แก่ ดิจต็อก ยูทูบ เฟสบุ๊ก เป็นต้น					
๒๐	สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล					

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

๑. สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรเป็นอย่างไร
ได้แก่ ภาพสวย ภาษาเข้าใจง่าย สั้นๆ ได้ใจความ เป็นต้น

๒. เนื้อหาในสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามี
อะไรบ้าง พร้อมอธิบาย ได้แก่ ข้อมูลประวัติศาสตร์ จุดเด่นของสถานที่ เป็นต้น

๓. ประเภทสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ท่านมี
ความต้องการเป็นพิเศษ เช่น คลิปสั้น สารคดี แผ่นพับ เป็นต้น

๔. อื่นๆ โปรดระบุ

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น ๓ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๓ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด

ฉะเชิงเทรา

๓. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ และกลุ่มผู้แทนชุมชน

๔. การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม จึงไม่มีผลใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

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 (โปรด

ระบุ).....

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 โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว ที่ลงเก็บข้อมูล

๑. ประวัติและความเป็นมาทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ที่โดดเด่นและน่าสนใจ พร้อมรายละเอียด

๒. วัฒนธรรมและประเพณี มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง

๓. ความเชื่อที่มีอิทธิพลในชุมชน มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง

๔. ภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่น มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง

๕. ท่านมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามาก่อนหรือไม่ (ถ้ามีโปรดบอกถึงประสบการณ์ที่ท่านได้รับมา)

๖. ท่านคิดว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่น่าสนใจมากที่สุดคืออะไร

๗. ท่านคิดว่า แนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ท่านคิดว่าควรมีการดำเนินการเพิ่มเติม

๘. ท่านคาดหวังอะไรจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราในอนาคต

๙. ท่านคิดว่า ในปัจจุบันมีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างไรบ้าง และชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อย่างไร

๑๐.ท่านคิดว่า ควรมีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างไรบ้าง และชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อย่างไร

๑๑.อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ ๓ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

๑. ปัจจุบันสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ท่านพบเป็นสื่อประเภทอะไรบ้าง

๒. ปัจจุบัน ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามีประสิทธิภาพหรือไม่

๓. ท่านคิดว่า เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีข้อมูลเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

๔. ท่านคิดว่า เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีข้อมูลอย่างไร

๕. สื่อล่าสุด ที่ท่านได้รับข้อมูลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด
ฉะเชิงเทรา คือสื่ออะไร

๖. ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีผลในการสร้างกระแสนักท่องเที่ยว?

๗. ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรพัฒนาด้านใดเป็นพิเศษ

๘. ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรเป็นสื่อชนิดใด

๙. อื่นๆ โปรดระบุ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๒. แบบสอบถามแบ่งเป็น ๓ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๓. ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ คนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลทั่วไปที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

๔. การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม จึงไม่มีผลใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

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 (โปรด

ระบุ).....

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 ความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน
ในจังหวัดฉะเชิงเทรา**

คำชี้แจง

๑. แบบสอบถามตอนนี้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยพิจารณาภาพรวมของแต่ละประเด็น

๒. ข้อมูลแต่ละรายการจะกำหนดระดับให้ท่านเลือกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ
เกณฑ์การพิจารณา มีดังนี้

ระดับ	ความต้องการ
๕	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
๔	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
๓	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
๒	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
๑	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตัวอย่าง การตอบแบบสอบถามและการแปลความหมาย

ข้อที่	รายการ	สภาพปัญหา				
		๕	๔	๓	๒	๑
๑	ความชัดเจนในการอธิบายข้อมูลของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	✓				

แปลความหมาย

๕ หมายถึง ระดับความพึงพอใจต่อความชัดเจนในการอธิบายข้อมูลของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่	รายการ	ความพึงพอใจ				
		๕	๔	๓	๒	๑
ด้านข้อมูลการนำเสนอ						
๑	ความชัดเจนในการอธิบายข้อมูล					
๒	การเรียบเรียงข้อมูลที่เข้าใจง่าย					
๓	ความเหมาะสมของข้อมูลในแต่ละตอน					
๔	การสื่อความหมายชัดเจนทั้งภาพ ข้อความ และเสียง					
๕	ความน่าสนใจในการนำเสนอ					
๖	ความสอดคล้องของสื่อกับการนำเสนอ					
ด้านการออกแบบ						
๗	ความง่ายของการเข้าใช้สื่อ					
๘	ความสอดคล้องของภาพและเสียง					
๙	การจัดวางรูปแบบง่ายต่อการอ่าน					
๑๐	ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย					
๑๑	ภาพประกอบสื่อความหมาย น่าสนใจ					
๑๒	เสียงบรรยายชัดเจน ออกเสียงตามได้ง่าย					
๑๓	สื่อมีความคงทน					
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ						
๑๔	ได้รับความรู้และสาระที่เป็นประโยชน์					
๑๕	สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น					
ด้านภาพรวมของสื่อ						
๑๖	ความเหมาะสมในการเป็นสื่อ					
๑๗	เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง					
๑๘	ความสะดวกในการใช้งาน					

**ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชน**

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

๑. ท่านคิดว่าสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นอย่างไร

๒. ท่านคิดว่าสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรพัฒนาในด้านใด

๓. อื่นๆ โปรดระบุ

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัด
ฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอกระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
๒. แบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น ๔ ตอน คือ
 - ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - ตอนที่ ๒ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์
 - ตอนที่ ๓ ประสิทธิภาพของกระบวนการ
 - ตอนที่ ๔ จุดแข็ง จุดอ่อนและข้อจำกัดของกระบวนการ
 - ตอนที่ ๕ ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงกระบวนการ
๓. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ และกลุ่มผู้แทนชุมชน
๔. การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม จึงไม่มีผลใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์)
 หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

๑. ชื่อ-สกุล (ถ้าต้องการ) _____
๒. ตำแหน่ง/บทบาทในชุมชนหรือองค์กร _____
๓. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการทำงานกับเยาวชน _____

ตอนที่ ๒ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์

๑. ท่านคิดว่ากระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่นำเสนอมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายหรือไม่

๒. ท่านเห็นว่าขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการ (เช่น การสำรวจข้อมูล การออกแบบสื่อ การนำเสนอ) มีความเหมาะสมและครอบคลุมหรือไม่

๓. ท่านคิดว่ากระบวนการนี้ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

ตอนที่ ๓ ประสิทธิภาพของกระบวนการ

๑. ท่านคิดว่ากระบวนการนี้สามารถช่วยให้เยาวชนเข้าใจและนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดีขึ้นหรือไม่

๒. ท่านเห็นว่ากระบวนการนี้มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทราได้อย่างไร

๓. ท่านคิดว่ากระบวนการนี้มีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะปรับใช้กับชุมชนหรือกลุ่มเยาวชนอื่น ๆ หรือไม่

ตอนที่ ๔ จุดแข็ง จุดอ่อนและข้อจำกัดของกระบวนการ

๑. ท่านคิดว่าจุดแข็งของกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์นี้มีอะไรบ้าง

๒. ท่านเห็นว่าขั้นตอนใดในกระบวนการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

๓. ท่านคิดว่ากระบวนการนี้สร้างประโยชน์อะไรให้กับเยาวชนและชุมชน

๔. ท่านคิดว่ากระบวนการนี้มีจุดอ่อนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง

๕. ท่านเห็นว่าขั้นตอนใดในกระบวนการที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาต่อไป

๖. ท่านคิดว่ามีอุปสรรคหรือความท้าทายอะไรที่อาจเกิดขึ้นในการนำกระบวนการนี้ไปใช้

ตอนที่ ๕ ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงกระบวนการ

๑. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างเพื่อปรับปรุงกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์นี้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒. ท่านคิดว่าควรเพิ่มหรือลดขั้นตอนใดในกระบวนการนี้หรือไม่

๓. ท่านเห็นว่าควรมีเครื่องมือหรือทรัพยากรอะไรเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนกระบวนการนี้

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC)



สรุปแบบหาคคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

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

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

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้

เมื่อ $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เลือกข้อสอบที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .๕๐ ขึ้นไป เป็นข้อสอบที่อยู่ในเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ใช้ได้

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย/แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์
- ๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การสัมภาษณ์

- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์จุดประสงค์การ
สัมภาษณ์

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์						
๑.๑ เพศ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ อายุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓ ระดับการศึกษา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ อาชีพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๕ รายได้เฉลี่ย/เดือน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๖ ภูมิลำเนา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๒.๑ ชุมชนนี้มีประวัติทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่น่าสนใจอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒ งานวัฒนธรรมและประเพณี มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓ ความเชื่อที่มีอิทธิพลในชุมชน มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔ ภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่น มีอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่าง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๕ ท่านมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามาก่อนหรือไม่	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๖ ท่านคิดว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่น่าสนใจมากที่สุดคืออะไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๗ ท่านคิดว่า แนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ท่านคิดว่าควรมีการดำเนินการเพิ่มเติม	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๒.๘ ท่านคาดหวังอะไรจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราในอนาคต	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๙ อื่นๆ โปรดระบุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๓ สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๓.๑ ปัจจุบันสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ท่านพบเป็นสื่อประเภทอะไรบ้าง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒ ปัจจุบัน ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามีประสิทธิภาพหรือไม่	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๓ ท่านคิดว่า เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีข้อมูลเพียงพอหรือไม่ อย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔ ท่านคิดว่า เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีข้อมูลอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๕ สื่อล่าสุด ที่ท่านได้รับข้อมูลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา คือสื่ออะไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๖ ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีผลสร้างกระแสการท่องเที่ยว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๗ ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรพัฒนาด้านใดเป็นพิเศษ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๘ ท่านคิดว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรเป็นสื่อชนิดใด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๙ อื่นๆ โปรดระบุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย ✓ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์						
๑.๑ เพศ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ อายุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓ ระดับการศึกษา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ อาชีพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๕ รายได้เฉลี่ย/เดือน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๖ ภูมิลำเนา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ปัจจุบันท่านได้รับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
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
๒.๒ ประเภทจดหมายตรงในระดับใดบ้าง						
๒.๒.๑ บันทึกรับข้อความ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๒ จดหมาย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๓ ไปรษณีย์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับใดบ้าง						
๒.๓.๑ วิทยุกระจายเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓.๒ วิทยุทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓.๓ โทรทัศน์	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 โหมดเพจ	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
ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๓ ความต้องการ สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๓.๑ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับใดบ้าง						

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๓.๑.๑ ภาพวาด	๐	๑	๑	๒	๐.๖๗	ใช้ได้
๓.๑.๒ แผนผังภาพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๓ ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๔ วารสาร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๕ ใบปลิว	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๖ แผ่นพับ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๗ หนังสือเล่มเล็ก	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๘ คู่มือ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๙ โปสเตอร์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒ ประเภทจดหมายตรงในระดับใดบ้าง						
๓.๒.๑ บันทึกข้อความ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒.๒ จดหมาย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๒.๓ โปสการ์ด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๓ ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับใดบ้าง						
๓.๓.๑ วิทยุกระจายเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๓.๒ วิทยุทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๓.๓ โทรทัศน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔ ประเภทสื่อดิจิทัลในระดับใด						
๓.๔.๑ ภาพถ่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔.๒ อีเมลล์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔.๓ โฮมเพจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔.๔ แอปพลิเคชัน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๔.๕ สื่อดิจิทัล อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับดิจิทัล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๔.๑ สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรเป็นอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๔.๒ เนื้อหาในสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีอะไรบ้าง พร้อมอธิบาย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔.๓ ประเภทสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ท่านมีความต้องการเป็นพิเศษ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๔.๔ อื่นๆ โปรดระบุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

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 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์						
๑.๑ เพศ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ อายุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑.๓ ระดับการศึกษา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ อาชีพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๕ รายได้เฉลี่ย/เดือน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๖ ภูมิสำเนา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ประเมินคุณภาพกระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๒.๑ ท่านคิดว่า กระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีขั้นตอนในการทำงานเป็นอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒ ท่านคิดว่า กระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรพัฒนาในด้านใดบ้าง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓ ท่านคิดว่า สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔ ท่านคิดว่า สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรพัฒนาในด้านใด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๕ ท่านคิดว่า สื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทราสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้หรือไม่ เป็นอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๖ อื่นๆ โปรดระบุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมินเขียนเครื่องหมาย ✓ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

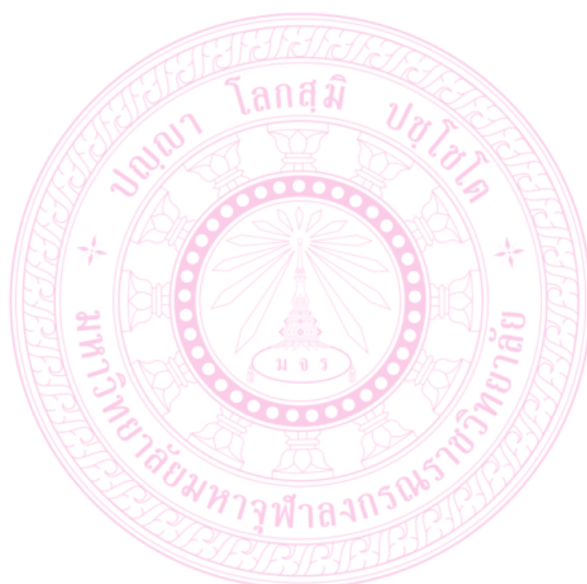
- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๐ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- ๑ หมายถึง ประเด็นที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย

วิจัย

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๑. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์						
๑.๑ เพศ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๒ อายุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๓ ระดับการศึกษา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๔ อาชีพ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๕ รายได้เฉลี่ย/เดือน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๑.๖ ภูมิลำเนา	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๒.๑ ด้านข้อมูลการนำเสนอ						
๒.๑.๑ ความชัดเจนในการอธิบายข้อมูล	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๒ การเรียบเรียงข้อมูลที่เข้าใจง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๒.๑.๓ ความเหมาะสมของข้อมูลในแต่ละตอน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๔ การสื่อความหมายชัดเจนทั้งภาพ ข้อความ และเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๕ ความน่าสนใจในการนำเสนอ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๑.๖ ความสอดคล้องของสื่อกับการนำเสนอ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒ ด้านการออกแบบ						
๒.๒.๑ ความง่ายของการเข้าใช้สื่อ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๒ ความสอดคล้องของภาพและเสียง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๓ การจัดวางรูปแบบง่ายต่อการอ่าน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๔ ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๕ ภาพประกอบสื่อความหมาย น่าสนใจ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๖ เสียงบรรยายชัดเจน ออกเสียงตามได้ง่าย	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๒.๗ สื่อมีความคงทน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ						
๒.๓.๑ ได้รับความรู้และสาระที่เป็นประโยชน์	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๓.๒ สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔ ด้านภาพรวมของสื่อ						
๒.๔.๑ ความเหมาะสมในการเป็นสื่อ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๒ เป็นสื่อที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๒.๔.๓ ความสะดวกในการใช้งาน	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
ความสอดคล้องของประเด็น ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
๓.๑.๑ ท่านคิดว่าสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นอย่างไร	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ/คนที่			สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	รวม	ค่าIOC	แปลผล
๓.๑.๒ ทานคิดว่าสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ควรพัฒนาในด้านใด	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้
๓.๑.๓ อื่นๆ โปรดระบุ	๑	๑	๑	๓	๑.๐๐	ใช้ได้





ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือ

เจริญพร นายกฤษ วิชาญสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เอกสารการวิจัย ๓ บท จำนวน ๑ ฉบับ

๒. แบบหาคคุณภาพเครื่องมือ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชา
สังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย
ย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบ
สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญใน
เรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง
เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนว
ทางการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี
และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์))

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตตรวจสอบเครื่องมือ

เจริญพร ดร.วีระนุช แยมยิ้ม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เอกสารการวิจัย ๓ บท จำนวน ๑ ฉบับ

๒. แบบหาคคุณภาพเครื่องมือ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชา
สังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย
ย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบ
สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญใน
เรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง
เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนว
ทางการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี
และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์))

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติครุภัณฑ์ตรวจเครื่องมือ

เจริญพร อาจารย์ณัฐ สบายสุข

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เอกสารการวิจัย ๓ บท จำนวน ๑ ฉบับ

๒. แบบหาคคุณภาพเครื่องมือ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลักรักษ์) และคณะ อาจารย์ประจำสาขาวิชา
สังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย
ย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบ
สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญใน
เรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุมัติจากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง
เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนว
ทางการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี
และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอเจริญพร

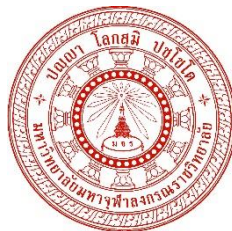
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลักรักษ์))

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕



ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๓๑ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหืทดลองใช้เครื่องมือเพื่อการวิจัย

นมัสการ พระครูปลัดธรรมานุวัตร,ดร.(รณชัย เตชปณโณ) เจ้าอาวาสวัดจุฬามณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ได้ดำเนินการถึงขั้นทดลองใช้เครื่องมือเพื่อการวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้คณะผู้วิจัยได้ทดลองเครื่องมือเพื่อการวิจัยกับประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัด/ชุมชนของท่าน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่งานวิชาการต่อไป

จึงน้อมสการมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์))

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณรัชพงษ์ แสงสุรินทร์ ศรีเอเตอร์ดิจิทัล เจ้าของ Social Media : ฝีบ้ากับชาจร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มจร

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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณฐณินันท์ เรืองฐสฤษดิ์ เจ้าของ Social Media : ฝีบ้ากับชาจร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร



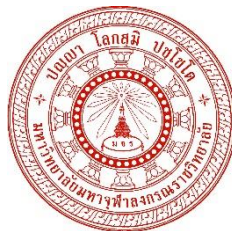
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณภักตชนภณ ศิริฉัตรเดชา กราฟฟิคดีไซน์ บริษัท ชีสเต็มฟอร์ม จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

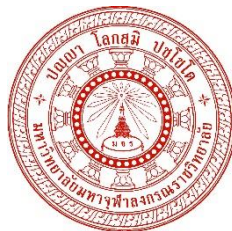
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เจริญพร คุณสาวณัฐपालิน ต้นขุนชัยพัฒน์ กราฟฟิคดีไซน์
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

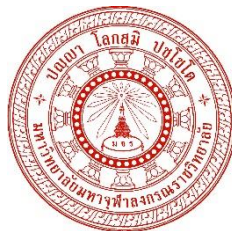
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณกฤษ วิชาญสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร อาจารย์วชิรพงศ์ มณีนันท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณชนพล พิมรัตน์ ตำแหน่ง นักวิชาการวัฒนธรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

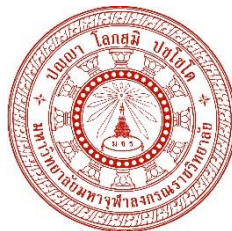
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณชนพล พิมรัตน์ ตำแหน่ง นักวิชาการวัฒนธรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

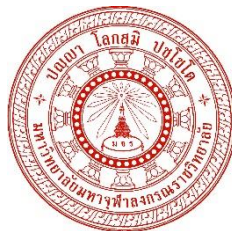
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูโสภณสรกิจ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า พระเดชพระคุณฯ เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากพระเดชพระคุณฯ เป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

กราบเรียนมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูศรีปริยัติวิมล ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า พระเดชพระคุณฯ เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากพระเดชพระคุณฯ เป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

กราบเรียนมาด้วยความเคารพอย่างสูง

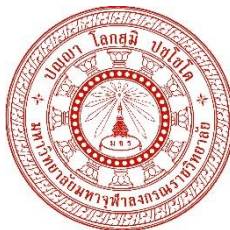
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูภาวนาภิธาน ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า พระเดชพระคุณฯ เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากพระเดชพระคุณฯ เป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

กราบเรียนมาด้วยความเคารพอย่างสูง

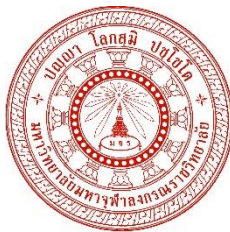
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระมหาพิชัยมรกต ปริบุญโญ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า พระเดชพระคุณฯ เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากพระเดชพระคุณฯ เป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

กราบเรียนมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูสิริวิริยธาดา ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๐ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า พระเดชพระคุณฯ เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากพระเดชพระคุณฯ เป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

กราบเรียนมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณสุวัฒน์ สว่างเวียง เจ้าหน้าที่วัดโสธรวราราม ประชาสัมพันธ์ในพระวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร อาจารย์ประสาน จันทมาลา ครูสอนโรงเรียนพระปริยัติธรรมวัดโสธรวราราม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
กราบเรียน พระราชวรานุรักษ์ เจ้าอาวาสวัดสมานรัตนาราม
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณยุวดี กิตาการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณธารทิพย์ สุบิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

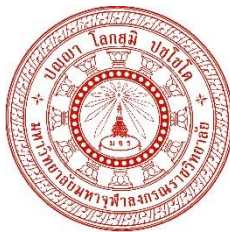
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร ดร.คณิตศาสตร์ มั่นในบุญธรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณปิติวัฒน์ ไคยะทา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณประเสริฐ ผู้เพชร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
กราบเรียน พระครูพินิจวรกิจพิมล ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดเทพนิมิตร
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

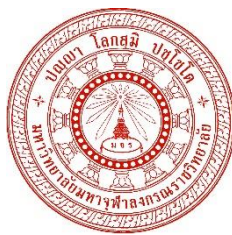
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณทับทิม กักสุวรรณ ประธานชุมชนตลาดบ้านใหม่

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

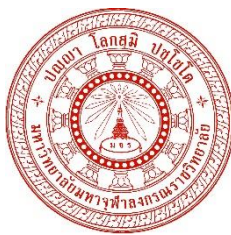
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณธัญชยา ภีร์กษิรบุรณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน องปดศรายุธ เพือกเตื่อง (จันทนะ), ดร.

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณสาคร กนกทิพย์พรชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระสมุห์สรวิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูมงคลธรรมรัต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณสุรัสวดี มหาวิริโยทัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

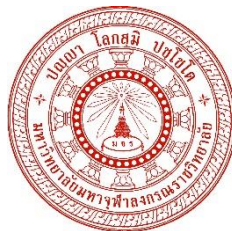
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณ ภิญญา วรคุณทรัพย์ ศรีเอเตอร์ดิจิทัล เจ้าของ Social Media : แปดริ้วสตอรี่

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

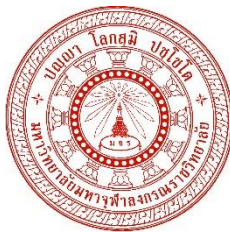
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณ ภักธณภณ ศิริฉัตรเดชา กราฟฟิคดีไซน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร อาจารย์ธเนศ ศิริพัลลภ รองคณบดี ผอ.โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

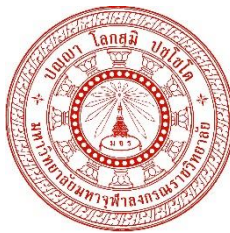
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร อาจารย์วิชิตพงศ์ มณีนันท์วัฒน ร่องผู้อำนวยการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและท้องถิ่น
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

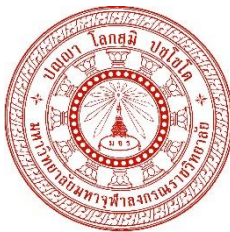
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นางพวงผกา วิมลภักตร์ ตำแหน่ง ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติครุภัณฑ์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นางสาวสุนทรี เจียสุวรรณ ตำแหน่ง ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุมัติครุภัณฑ์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

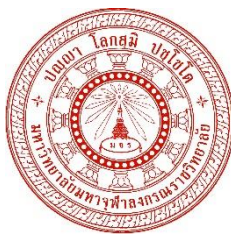
(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร คุณประภัสสร ประภาเลิศ ผู้แทนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นายกฤษ วิชาญสิน ตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริม
และพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติโครงการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร ผศ.ดร.จุฑาล พรหมมี ตำแหน่ง รักษาการรองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์ ฝ่ายวิชาการ
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุมัติจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติโครงการสัมมนาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
การาเรียน พระครูสิริวิริยธาดา ตำแหน่ง ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดโสธรวราราม วรวิหาร
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นางนุชนาถ ธงทองทิพย์ ตำแหน่ง วัดโสธรวราราม วรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นายสรพงษ์ สุรพิพิธ ตำแหน่ง คณะกรรมการชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ฝ่ายประชาสัมพันธ์
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลย์รักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นายวิทยาพล เป้าเปี่ยมทรัพย์ ตำแหน่ง กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติคราะห์สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เจริญพร นายมาโนช เถาว์เพ็ง ตำแหน่ง กรรมการมูลนิธิโรงพยาบาลวัดสมานรัตนาราม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มาลัยรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุมัติคราะห์จากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุมัติโครงการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เจริญพร คุณธารทิพย์ สุบิน ตำแหน่ง ตัวแทนจากตลาดบ้านใหม่
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร (มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุมัติจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘

ที่ พิเศษ/๒๕๖๗



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

๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

กราบเรียน พระครูสุตธรรมาภรณ์, ผศ.ดร. ตำแหน่ง รองเจ้าคณะจังหวัดฉะเชิงเทรา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยข้าพเจ้า พระพรหมพิริยะ ถาวโร(มัลลัรักษ์) อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และคณะ ได้จัดทำโครงการวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านเป็นผู้ประเมินสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุม ๔๐๙ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบคุณในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระพรหมพิริยะ ถาวโร)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

ติดต่อประสานงาน

มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘



ภาคผนวก ง

รูปภาพกิจกรรมดำเนินการวิจัย



ภาพกิจกรรมการทำงานของทีมนิวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ภาพกิจกรรมเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



ปกคู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เรื่อง	สารบัญ	หน้า	เรื่อง	สารบัญ (ต่อ)	หน้า
บทที่ 1 บทนำ			บทที่ 6 กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ		
• ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		1	• การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์		64
• องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		2	• การถ่ายทอดสื่อเพื่อการท่องเที่ยว		66
• ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		5	• การติดต่อสื่อและการออกแบบเว็บไซต์เบื้องต้น		68
• ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		7	บทที่ 7 บทสรุปและแนวทางการพัฒนา		
• สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม		18	• วิสัยทัศน์สู่ปีจริง		72
บทที่ 2 พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์			• การออกแบบเว็บไซต์ด้านสื่อสร้างสรรค์		74
• หลักการออกแบบสื่อ (Media Design Principles)		30	• บทบาทของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาการท่องเที่ยว		76
• AIDA Model ในการออกแบบสื่อ		33	บรรณานุกรม		79
• การใช้ Storytelling ในการนำเสนอท่องเที่ยว		35			
บทที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์					
• โบรชัวร์ (Brochure)		37			
• แผ่นพับ (Leaflet)		40			
• การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card)		42			
• อินโฟกราฟิก (Infographic)		43			
บทที่ 4 การพัฒนาสื่อดิจิทัล					
• การถ่ายทอดสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อการท่องเที่ยว		46			
• การใช้แอป CupCut ในการตัดต่อวิดีโอ		50			
• เทคนิคการนำเสนอวิดีโอท่องเที่ยวเบื้องต้น		52			
บทที่ 5 การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว					
• แนวทางการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว		55			
• การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล		59			

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1	2
บทที่ 1 บทนำ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่นั้นๆ การท่องเที่ยวลักษณะนี้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม สร้างรายได้ให้ชุมชน และรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวทางสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก 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  งานมโหรีการหลวงพ้อโสธร ที่มา https://www.dhammathai.org/day/watsothon2.php	4 3) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ (Local Lifestyle & Traditions) เช่น การท่องเที่ยวเชิงชุมชน  การท่องเที่ยวชุมชน ที่มา https://www.sanook.com/travel/1441711/ 4) การศึกษาและการมีส่วนร่วม (Educational & Participatory Experiences) เช่น เวิร์กช็อปทำอาหาร ไทย การสอนทำผ้าบาติก  การทำผ้าบาติก ที่มา https://chobmaisilk.com
--	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5

3. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Richards (2021) แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ออกเป็นหลายประเภท ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวเชิงมรดก (Heritage Tourism) การเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดสุทธาวาสวรวิหาร



อุโบสถวัดสุทธาวาส วรวิหาร

ที่มา <https://chachoengsao.prd.go.th/>

- 2) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและหัตถกรรม (Arts & Crafts Tourism) เช่น การเข้าร่วมเวิร์กช็อปเครื่องปั้นดินเผา



การปั้นเครื่องปั้นดินเผา

ที่มา <https://library.wu.ac.th>

6

- 3) การท่องเที่ยวเทศกาลและประเพณี (Festival & Events Tourism) เช่น งานแห่หลวงพ่อโสธร งานประเพณีแข่งเรือ



งานแห่หลวงพ่อโสธรทางน้ำ

ที่มา https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_6737977

- 4) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) การเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์



วัดร่องขุน

ที่มา <https://www.hopinhotel.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 “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยช่วยสร้างโอกาส

8

ทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม และกระตุ้นการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม”

- 1) กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลให้ ชุมชนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยตรงจากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากฐาน (Smith, 2020)

1.1 การสร้างรายได้ให้กับชุมชน

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมมักใช้จ่ายเงินในธุรกิจท้องถิ่น เช่น
 - ร้านอาหารพื้นเมือง



อาหารพื้นเมือง

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

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9 ◦ โคมสเคย์และที่ปักแบบดั้งเดิม ◦ ร้านค้าพิศกรรมและของที่ระลึก  งานฝีมือ ที่มา https://www.tnnthailand.com การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวช่วยสร้างงานและโอกาสทางอาชีพในภาคบริการ เช่น โกดังน้ำเต้า 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 (Pike, 2021) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เติบโตช่วยให้ชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และช่วยให้เศรษฐกิจหมุนเวียนภายในพื้นที่ 2) ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวสามารถช่วย ฟื้นฟูและรักษาสถานที่ทางวัฒนธรรม รวมถึงส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีบทบาทสำคัญ 2 ประการ 2.1 การรักษาสถานที่ทางวัฒนธรรม • นักท่องเที่ยวที่มีเอี่ยมชม วัดเก่า โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ์ ช่วยสร้างรายได้ที่สามารถนำไปใช้ในการบำรุงรักษาสถานที่เหล่านี้ • การท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ดีสามารถช่วยลดผลกระทบด้านลบต่อมรดกทางวัฒนธรรม เช่น การเสื่อมโทรมของโบราณสถานจากการใช้งานที่ไม่เหมาะสม (Smith, 2020) ตัวอย่าง • วัดโสธรวรารามวรวิหาร ได้รับงบประมาณสำหรับการบูรณะจากทั้งภาครัฐและเงินบริจาคจากนักท่องเที่ยว	12 • การบูรณะเมืองเก่า เช่น อยุธยาและเชียงใหม่ เพื่อรักษาสถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม  วัดเจติยหลวง ที่มา https://th.tripadvisor.com 2.2 การอนุรักษ์ภูมิปัญญาและประเพณีท้องถิ่น • การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุน งานฝีมือและศิลปะพื้นเมือง เช่น ◦ ผ้าทอพื้นเมือง ◦ งานหัตถกรรม เช่น เครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผา ◦ การแสดงทางวัฒนธรรม เช่น โขนและละครเวที
---	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

13 • การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจและเรียนรู้วัฒนธรรมของตนเอง  ผ้าย้อมครามสกล ที่มา http://article.culture.go.th (Buckley, 2012) ระบุว่า การสนับสนุนทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวช่วยให้ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสืบทอดองค์ความรู้ไปสู่คนรุ่นหลังได้ 3. สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและสังคม	14 3.1 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน • นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง เกี่ยวกับประเพณี ศิลปะ และศาสนา • ชุมชนเข้ามามีโอกาส ถ่ายทอดเรื่องราวและค่านิยมของตนเอง ตัวอย่าง • กิจกรรม "โฮมสเตย์วัฒนธรรม" ที่ให้ชาวต่างชาติได้ใช้ชีวิตร่วมกับคนท้องถิ่น เช่น บ้านไร่กาสะลอง เชียงใหม่  ที่มา https://www.charmveeresortkhaoyai.com • การเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้ไทย เช่น มวยไทย ที่มีชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก
--	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

15 3.2 การถอดคิดและเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศ • การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันช่วยลดอคติและทัศนคติด้านลบ • การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมความร่วมมือระดับสากล เช่น เทศกาลภาพยนตร์และศิลปะระดับโลก UNESCO (2019) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยให้ผู้คนจากต่างภูมิหลังสามารถเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น และสามารถสร้าง "Soft Power" ที่ส่งเสริมชื่อเสียงของประเทศในเวทีโลก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1. กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น – สร้างรายได้ให้กับชุมชน สนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น และช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 2. ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม – ช่วยบำรุงรักษาโบราณสถาน และสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น 3. สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม – ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และลดอคติทางเชื้อชาติและศาสนา การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนช่วยได้ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน และทำให้	16 วัฒนธรรมได้รับการสืบทอดและเผยแพร่ไปยังคนรุ่นต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม โดยมีตัวอย่างที่สำคัญ เช่น วัดพระแก้ว และพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของมรดกไทย  พระบรมมหาราชวัง ที่มา https://travel.kapook.com หรือเชียงใหม่และล้านานที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านงานเทศกาลและเทศกาล เช่น ยี่เป็ง
---	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

17  เทศกาลยี่เป็ง ที่มา https://www.touristpolice.go.th/en/event-details ตลาดน้ำ และตลาดร้อยปี เช่น ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่จะท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมการค้าริมน้ำ  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.nytimes.com/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=h0LsrJf6htU 2. สื่อสิ่งพิมพ์สร้างสรรค์ (Creative Print Media) ○ ไปรษณีย์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ที่มีการออกแบบ ให้สวยงามและเข้าใจง่าย ○ หนังสือและนิตยสารเชิงวัฒนธรรม ○ ตัวอย่าง Thailand Cultural Map โดย กระทรวงวัฒนธรรม
--	--

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

21  ทามไลน์ ภาควัฒนธรมไทย 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" ที่ให้ผู้เล่นสำรวจสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม

ความสำคัญของสื่อสร้างสรรค์ต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม

การใช้สื่อสร้างสรรค์สามารถ กระตุ้นความสนใจของเยาวชนและนักท่องเที่ยว ให้เกิดความเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมได้ดีขึ้น (Richards, 2021)

- เข้าถึงง่ายและทันสมัย – ทำให้คนรุ่นใหม่สนใจวัฒนธรรมมากขึ้น
- กระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชน – ช่วยให้ชาวบ้านสามารถใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมของตนเอง
- 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	ให้ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์เสมือนจริงจากทั่วประเทศแบบออนไลน์

สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการ เผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่น่าสนใจ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งเยาวชน นักท่องเที่ยว และคนทั่วไป

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

25

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

ความสำคัญของสื่อสร้างสรรค์ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

1. ส่งเสริมอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยช่วยทำให้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น และสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น

26

2. ดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน

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

3. เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีคุณค่า

สื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ แต่ยังสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านสื่อที่ออกแบบมาอย่างดี เช่น วิดีโอสารคดี แผนที่อินโฟกราฟิก หรือบทความออนไลน์

4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน

การผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยกระตุ้นให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเล่าเรื่องราว

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

27

ของท้องถิ่นผ่านมุมมองของพวกเขาเอง ซึ่งสามารถช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร การออกแบบ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ข้อมูล

5. สร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีสื่อช่วยสนับสนุน โดยเฉพาะเมื่อมีการใช้ Storytelling (การเล่าเรื่อง) ที่น่าสนใจและดึงดูดใจ ทำให้สามารถสร้างจุดเด่นและความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

6. สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สื่อสร้างสรรค์สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เช่น การเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น การปฏิบัติตัวอย่างเหมาะสมเมื่อเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และการสนับสนุน

28

สินค้าท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ช่วยส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่สร้างประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน

สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อีกด้วย

เป้าหมายของการพัฒนาสื่อ

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

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

29

Illustrator, Canva และ CapCut เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สวยงามและมีประสิทธิภาพ (Kotler & Keller, 2016)

3. **สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้ไปรโมทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด** สื่อที่ผลิตขึ้นสามารถช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Richards, 2021)
4. **ส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน** การเปิดโอกาสให้เยาวชนมีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่สื่อ จะช่วยให้พวกเขารู้คุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (UNESCO, 2019)

30

บทที่ 2 พื้นฐานการออกแบบสื่อสร้างสรรค์

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญเพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งต้องใช้หลักการออกแบบที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจในการเดินทางไปยังสถานที่จริง

1. หลักการออกแบบสื่อ (Media Design Principles)

หลักการออกแบบสื่อมีความสำคัญต่อการสร้างสื่อที่มีคุณภาพและสื่อความหมายได้ชัดเจน โดยอิงตามแนวคิดของ Landa (2018) ซึ่งเน้นหลักการสำคัญดังนี้

1.1 ความชัดเจน (Clarity)

สื่อที่ดีต้องสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย และช่วยให้ผู้รับสารสามารถรับรู้เนื้อหาภายในเวลาอันสั้น โดยมีปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความชัดเจน ได้แก่

- การใช้ภาษาที่กระชับและตรงประเด็น
- การจัดลำดับข้อมูลให้เป็นระบบ

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

31

- การเลือกใช้ภาพและการปักที่เสริมความเข้าใจ

1.2 ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลเป็นหลักการสำคัญของการออกแบบที่ช่วยให้สื่อดูน่าสนใจและสบายตา 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 การเลือกใช้สีในการออกแบบสื่อควรคำนึงถึง

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

- สีแดงให้ความรู้สึกตื่นเต้น
- สีฟ้าให้ความรู้สึกสงบ

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- สีเขียวสะท้อนถึงธรรมชาติ

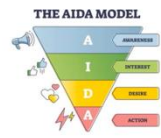
1.4 การเลือกใช้ตัวอักษร (Typography)

Typography มีบทบาทสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของสื่อ

โดยควรเลือกฟอนต์ที่

- อ่านง่ายและสบายตา
- เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น ฟอนต์แบบทางการสำหรับข้อมูลเชิงวิชาการ หรือฟอนต์ที่มีความสนุกสนานสำหรับสื่อท่องเที่ยว

2. AIDA Model ในการออกแบบสื่อ



โมเดล AIDA

ที่มา <https://lineshoppingseller.com>

โมเดล AIDA (Kotler & Keller, 2016) เป็นแนวคิดที่ใช้ในด้านการตลาดและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบสื่อเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 Attention (ดึงดูดความสนใจ)

การใช้ องค์ประกอบที่โดดเด่น เพื่อดึงดูดสายตา เช่น

- ภาพถ่ายที่มีสีสันสดใส
- ข้อความหรือสโลแกนที่สะดุดตา
- การใช้เทคนิคภาพเคลื่อนไหวในวิดีโอ

2.2 Interest (สร้างความสนใจ)

เมื่อผู้อ่านได้ข้อมูลแล้ว ต้องสร้างความสนใจต่อเนื้อหา โดยใช้

- เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- การนำเสนอข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่มีประโยชน์

2.3 Desire (กระตุ้นความต้องการ)

- การกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากสัมผัสประสบการณ์จริง เช่น การสร้างเนื้อหาแบบ Storytelling ที่เชื่อมโยงกับอารมณ์ของผู้ชม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- การใช้ User-generated Content (UGC) หรือวีธีจากนักท่องเที่ยวจริง

2.4 Action (กระตุ้นการกระทำ)

เมื่อกระตุ้นความต้องการได้แล้ว ต้องมี Call-to-Action (CTA) เพื่อให้ผู้ชมลงมือทำ เช่น

- ปุ่ม "จองตอนนี้" บนเว็บไซต์
- QR Code สำหรับดูข้อมูลเพิ่มเติม
- คำเชิญชวนให้แชทโพสต์หรือแสดงความคิดเห็น

3. การใช้ Storytelling ในการเล่าเรื่องแหล่งท่องเที่ยว

Storytelling เป็นเทคนิคสำคัญที่ช่วยให้การเล่าเรื่องมีพลัง และสามารถดึงดูดผู้ชมได้ โดยอ้างอิงจากแนวคิดของ Jenkins (2019) ซึ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับผู้ชม โดยมีเทคนิคสำคัญ ได้แก่

3.1 การใช้ภาพและวิดีโอในการเล่าเรื่อง

- ภาพถ่ายที่มีมุมมองสร้างสรรค์และสะท้อนอัตลักษณ์ของสถานที่

- วิดีโอที่มีองค์ประกอบของดนตรีและเสียงบรรยายเพื่อเพิ่มอารมณ์ร่วม

3.2 เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Documentary และ Vlog

- Documentary (สารคดี) นำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความเชื่อของสถานที่
- Vlog (วิดีโอบล็อก) การบอกเล่าเรื่องราวผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งให้ความรู้สึกเป็นกันเองและเข้าถึงง่าย

3.3 การสร้างเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ชม

- การใช้ Narrative Arc (โครงเรื่อง) เช่น จุดเริ่มต้น - พัฒนาเรื่อง - จุดพีค - ข้อสรุป
- การใช้ Personal Experience หรือเรื่องราวของบุคคลจริงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องอาศัยหลักการออกแบบที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับ **ความสมดุล สี และตัวอักษร** รวมถึงการใช้ AIDA Model เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม และสุดท้ายคือ Storytelling ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่จริง

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

37 บทที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media Design) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้กระดาษเป็นสื่อกลางเพื่อถ่ายทอดข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถจับต้องได้ง่าย พกพาสะดวก และสร้างความประทับใจแรกเริ่มให้กับผู้ชม โดยทั่วไป การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น โบรชัวร์ (Brochure), แผ่นพับ (Leaflet), การ์ดประชาสัมพันธ์ (Promotional Card), และอินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งแต่ละประเภทมีรูปแบบและวิธีการออกแบบที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน 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 เพื่อข้อมูลเพิ่มเติม 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  แผ่นพับวัดมาฆา ที่มา http://anyflip.com/qinu/ostx
--	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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 เหมาะสำหรับการแจกจ่ายเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจและติดต่อกับมาในภายหลัง (Wheeler, 2017)  รูปพระแม่ลักษมี ที่มา https://www.web-pra.com
--	--

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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 • การ์ดประชาสัมพันธ์ 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 การใช้สื่อเป็นสื่อหลักช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและสร้างความน่าสนใจมากขึ้น (Hollebeek & Macky, 2019) เนื้อหาของบทนี้จะมุ่งเน้นไปที่ การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว, การตัดต่อวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน CapCut และเทคนิคการโพสต์ลงโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1. การถ่ายวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วิดีโอเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการสร้างความรู้สึกและกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง โดยการถ่ายวิดีโอที่ดีต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

47

1.1 ประเภทของวิดีโอที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว

1. Vlog ท่องเที่ยว (Travel Vlog) การบอกเล่าประสบการณ์ผ่านมุมมองของผู้เดินทาง เช่น วีรวิสาณที่หรือบรรยากาศการเดินทาง



วีรวิสาณที่

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 ที่รวมไฮไลท์สำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว

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

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

49



Golden hour

ที่มา <https://en.wikipedia.org/wiki>

- ใช้ Gimbal หรือ Stabilizer เพื่อลดการสั่นไหวของภาพ
- ใช้มุมมองที่หลากหลาย เช่น Wide Shot (มุมกว้าง), Close-up (โคลอสอัพ), 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 มีฟีเจอร์หลากหลายที่ช่วยให้วิดีโอมีความน่าสนใจและเป็นมืออาชีพ (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. ใช้เอฟเฟกต์ซินเบสชั่น (Transitions) ที่เหมาะสม ไม่ควรใช้เยอะเกินไป

3. เทคนิคการโพสต์วิดีโอท่องเที่ยวให้มีเดีย

การเผยแพร่วิดีโอที่ไม่น่าสนใจแต่การตัดต่อให้สวยงาม แต่ต้องรู้จัก วิธีโปรโมต เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3.1 การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม

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

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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.



ช่องมีน้ำกับเขาจร

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

54

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่

1. **การถ่ายวิดีโอ** โดยคำนึงถึงองค์ประกอบภาพ แสง และเสียงเพื่อให้วิดีโอน่าสนใจ
2. **การตัดต่อด้วยแอป CapCut** ซึ่งช่วยให้วิดีโอมีความน่าสนใจมากขึ้นผ่านฟังก์ชันต่าง ๆ
3. **เทคนิคการโพสต์วิดีโอท่องเที่ยวให้มีเดีย** 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 เหมาะกับเนื้อหาที่สร้างสรรค์และสนุกสนาน	การโปรโมตด้วยวิดีโอไวรัลสั้น ๆ

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

57

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

1.2 การสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว

การทำตลาดท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดียจำเป็นต้องสร้าง **คอนเทนต์ (Content)** ที่น่าสนใจและกระตุ้นให้เกิด Engagement

โดยประเภทของคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่

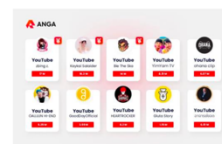
1. **รูปภาพและวิดีโอคุณภาพสูง** - ใช้ภาพที่สะท้อนความสวยงามและบรรยากาศของสถานที่
2. **Storytelling** - การเล่าเรื่องราวของสถานที่ เช่น ประวัติศาสตร์, วัฒนธรรม, อาหาร

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 นักท่องเที่ยวมักเชื่อถือรีวิวจากผู้ที่มีประสบการณ์จริงมากกว่าการโฆษณาแบบเดิม ๆ (Freberg et al., 2011)



YouTubers ไทยที่ครองใจผู้ชม

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

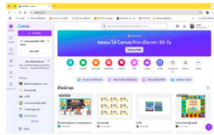
คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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 นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม 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
--	--

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

61 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง (Chaffey, 2020) ได้แก่ • คอนเทนต์จากโซเชียลมีเดีย 70% ของนักท่องเที่ยวกล่าวว่าเห็นโพสต์จากเพื่อนหรือ Influencer มีผลต่อการเลือกเดินทาง (Statista, 2022) • รีวิวและคะแนนรีวิว (Ratings & Reviews) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อ่านรีวิวก่อนตัดสินใจจองที่พักหรือร้านอาหาร • โปรโมชั่นและดีลพิเศษ 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 โดยช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถ ฝึกทักษะจริง ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การผลิตวิดีโอ และการเผยแพร่เนื้อหาผ่านโซเชียลมีเดีย หลักสูตรนี้ออกแบบเป็นระยะเวลา 3 วัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับทักษะเชิงลึกผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ตามแนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) ของ Kolb (1984) ซึ่งระบุว่า "การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นจากการลงมือทำและสะท้อนผลการปฏิบัติ"	64 วันแรก การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ 1.1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ช่วงเช้า การอบรมและฝึกออกแบบ โบรชัวร์, แผ่นพับ, อินโฟกราฟิก โดยใช้ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม เครื่องมือที่ใช้ • Canva - ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น  Canva ที่มา https://www.canva.com/
--	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

65 หัวข้อที่สอน • การใช้ หลักการออกแบบ (Design Principles) เช่น ความสมดุล (Balance), การใช้สี (Color Theory), และ Typography (Lupton, 2015) • เทคนิคการใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบเพื่อสร้างสื่อที่สวยงามและให้ข้อมูลครบถ้วน Workshop ออกแบบโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องมี • ภาพสถานที่ หรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอ • คำอธิบายสถานที่ • ข้อมูลติดต่อ	66 วันที่สอง การถ่ายภาพวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว 2.1 การถ่ายภาพวิดีโอเชิงสร้างสรรค์ ช่วงเช้า การเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพวิดีโอโดยใช้ สมาร์ทโฟน และกล้อง DSLR  กล้อง DSLR ที่มา https://th.canon/th/consumer หัวข้อที่สอน • องค์ประกอบภาพ (Composition) Rule of Thirds, Leading Lines, Symmetry (Brown, 2016) การใช้ แสงธรรมชาติ และ 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 • การเพิ่มตัวหนังสือและซันไต์เพื่อเพิ่มความเข้าใจ (Sharma, 2022) • การเลือกเพลงและใส่ Sound Effects • เทคนิคการใช้เอฟเฟกต์ให้เหมาะสม Workshop ตัดต่อวิดีโอที่ถ่ายเมื่อวาน (ความยาว 1-3 นาที) พร้อมใส่ • โลโก้และชื่อสถานที่ • คำบรรยายสั้น ๆ • ดนตรีประกอบ
---	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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 • เทคนิคการปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย Workshop • สรุปบทเรียนและแนวทางปรับปรุง
--	---

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

71	72
สรุปผลของหลักสูตรระยะสั้น 3 วัน หลักสูตรนี้ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ • การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ – สร้างสื่อที่สวยงามและให้ข้อมูลครบถ้วน • การถ่ายทำวิดีโอ – ใช้เทคนิคการถ่ายภาพและเสียงที่เหมาะสม • การตัดต่อวิดีโอ – ตัดต่อวิดีโอให้ดึงดูดและกระชับ • การเผยแพร่เนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย – ทำให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง ตามแนวคิดของ Kolb (1984) ช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง ได้ทันที	บทที่ 7 บทสรุปและแนวทางต่อยอด การเรียนรู้และฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดหลักสูตรนี้ไม่ได้สิ้นสุดลงเพียงแค่การผลิตผลงานในห้องเรียน แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ วิชาชีพ และการพัฒนาสังคม บทนี้จะกล่าวถึงแนวทางในการ นำความรู้ไปใช้จริง, การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์ และบทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา 1. วิธีก้าวความรู้ไปใช้จริง 1.1 การใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไป พัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในท้องถิ่นได้จริงผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น • ออกแบบโบรชัวร์และแผ่นพับ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร, ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี, และวัดสมานรัตนาราม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

73	74								
• 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 • นักเรียนและเยาวชนสามารถให้ความรู้ในการ สร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับงานเทศกาลท้องถิ่น เช่น งานนมัสการหลวงพ่อโสธร หรืองานประเพณีแข่งเรือ • สามารถทำ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้วิดีโอและอินโฟกราฟิกเพื่อเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัด	Pike, (2021) อธิบายว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับสถานที่และมีความประทับใจที่ยั่งยืน 2. การต่อยอดเป็นอาชีพด้านสื่อสร้างสรรค์ 2.1 อาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อสร้างสรรค์ การเรียนรู้เกี่ยวกับการออกแบบสื่อดิจิทัลและสิ่งพิมพ์สามารถนำไปสู่การประกอบอาชีพได้หลายรูปแบบ เช่น <table border="1" data-bbox="877 1668 1189 1915"> <thead> <tr> <th>สาขาอาชีพ</th><th>รายละเอียด</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer)</td><td>ออกแบบสื่อโฆษณา แผ่นพับ อินโฟกราฟิก</td></tr> <tr> <td>นักตัดต่อวิดีโอ (Video Editor)</td><td>ผลิตและตัดต่อวิดีโอสำหรับการท่องเที่ยวและโฆษณา</td></tr> <tr> <td>ครีเอเตอร์คอนเทนต์ (Content Creator)</td><td>ผลิตเนื้อหาสำหรับโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, YouTube</td></tr> </tbody> </table>	สาขาอาชีพ	รายละเอียด	นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer)	ออกแบบสื่อโฆษณา แผ่นพับ อินโฟกราฟิก	นักตัดต่อวิดีโอ (Video Editor)	ผลิตและตัดต่อวิดีโอสำหรับการท่องเที่ยวและโฆษณา	ครีเอเตอร์คอนเทนต์ (Content Creator)	ผลิตเนื้อหาสำหรับโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, YouTube
สาขาอาชีพ	รายละเอียด								
นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer)	ออกแบบสื่อโฆษณา แผ่นพับ อินโฟกราฟิก								
นักตัดต่อวิดีโอ (Video Editor)	ผลิตและตัดต่อวิดีโอสำหรับการท่องเที่ยวและโฆษณา								
ครีเอเตอร์คอนเทนต์ (Content Creator)	ผลิตเนื้อหาสำหรับโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, YouTube								

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

75
76

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

2.2 แนวทางในการสร้างรายได้จากสื่อดิจิทัล

- 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

Wheeler (2017) ระบุว่ามีการมี "Digital Portfolio" หรือแฟ้มสะสมผลงานออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างโอกาสทางอาชีพ

3. บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

3.1 เยาวชนเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น เยาวชนสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น

- โครงการ "นักเล่าเรื่องฉะเชิงเทรา" ที่ให้นักเรียนและนักศึกษาผลิตวิดีโอสารคดีเกี่ยวกับวัด ตลาดเก่า และวิถีชีวิตชาวบ้าน
- การจัดทัวร์นำเที่ยววัฒนธรรม โดยให้เยาวชนเป็นไกด์นำเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย

(UNWTO, 2020) รายงานว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความยั่งยืนและสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

77
78

3.2 การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

- 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

บทสรุปและแนวทางต่อยอดของหลักสูตรนี้นั้นนำไปที่

- การนำความรู้ไปใช้จริง** เช่น การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล
- การต่อยอดเป็นอาชีพ** เช่น นักออกแบบกราฟิก, ครีเอเตอร์คอนเทนต์, นักตัดต่อวิดีโอ และนักการตลาดดิจิทัล
- บทบาทของเยาวชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว** เช่น การเป็นนักเล่าเรื่องของท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

แนวคิดเหล่านี้สามารถช่วยให้การพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยให้เยาวชนสามารถสร้างผลกระทบที่เป็นรูปธรรมในการส่งเสริมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทรา

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

79	80
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.	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.

คู่มือการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการ



การคืนข้อมูลชุมชน

การคืนข้อมูลชุมชน

การคืนข้อมูลชุมชน

การคืนข้อมูลชุมชน

การคืนข้อมูลชุมชน



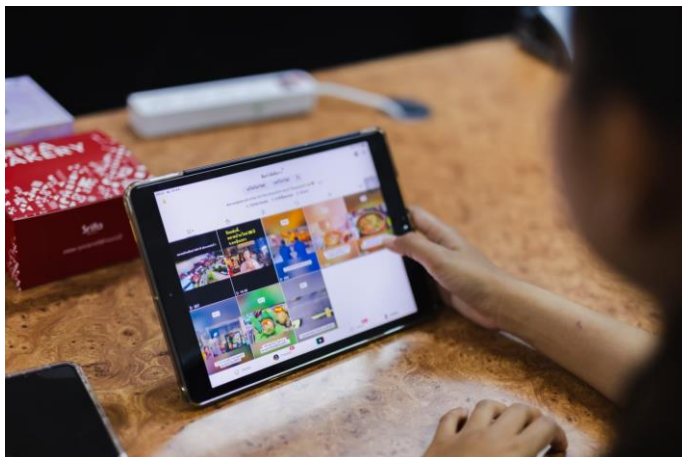
การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประเมินกระบวนการ



การประชุมกระบวนกร



การประชุมกระบวนกร



การประชุมกระบวนกร



การประชุมกระบวนกร



การประชุมกระบวนกร



การประชุมกระบวนกร



ภาคผนวก ฉ

บทความวิจัย

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of creative media to promote cultural tourism

by youth in Chachoengsao Province.

¹ศิตภัทร ศิริฉัตรเดชา ²พระพรหมพิริยะ มาลย์รักษ์, ³พระมหาภูมิพัฒน์ คำมี และ ⁴ลธิธิกร พันธ์ศิริ

¹Sitaphat Sirichatdaycha ²Phra Phompiriya Malairak, ³Phramaha Phumiphat

Kammee and ⁴Sitthikhorn Phunsiri

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Rajabhat Rajanagarindra University, Thailand.

Buddhasothorn Buddhist College Mahachulalongkornrajavidyalaya University,
Thailand.

E-mail ¹salormin@gmail.com, ²luangta_tom@hotmail.com, ³rinnano37@gmail.com,

⁴sitthikhorn.pha@mcu.ac.th

Tel 0928049958

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1)ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (2)พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา (3)เสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (R&D) ใช้แนวคิดว่าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สื่อสร้างสรรค์ และความพึงพอใจ เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัย คือ วัดโสธรวราราม วรวิหาร, ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี, และวัดสมานรัตนาราม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ตัวแทนชุมชน ตัวแทนผู้ใช้สื่อ และเยาวชน จำนวน 287 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจงและบังเอิญ โดยเก็บข้อมูลผ่าน แบบสอบถาม สัมภาษณ์เชิงลึก และคู่มือพัฒนาสื่อ วิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานและบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่ามีหลากหลายประเภท อาทิ สื่อดิจิทัล ที่ปรากฏในFacebook, YouTube และ TikTok ได้รับความนิยมสูงสุด ขณะที่สิ่งพิมพ์ยังคงมีบทบาทในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยและผู้ไม่ถนัดการใช้เทคโนโลยี

2. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าเยาวชนสามารถพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เช่น วิดีโอคลิป แผ่นพับ และโบรชัวร์ ที่สะท้อนอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีการทำงานร่วมกับชุมชน ช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลการประเมินพึงพอใจอยู่ในระดับสูง แต่มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพวิดีโอ และเพิ่มเรื่องราวประวัติศาสตร์

3. กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน โดยศึกษาความต้องการของผู้ใช้เพื่อนำมาออกแบบ พัฒนาทักษะการสร้างและผลิตคอนเทนต์ มีการเผยแพร่ และประเมินผล ในแพลตฟอร์มออนไลน์

ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญในเชิงประโยชน์ใช้สอย ดังนี้ 1) สื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนช่วยขยายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางยิ่งขึ้น 2) การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการผลิตสื่อช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการชื่นชมคุณค่าทางวัฒนธรรม 3) การพัฒนาอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและโปรแกรมเสริมสร้างทักษะอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวที่สร้างโดยเยาวชน

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; เยาวชน

Abstract

This study aims to investigate (1) the current state of creative media used to promote cultural tourism in Chachoengsao Province, (2) youth contributions to creative media development for cultural tourism enhancement, and (3) effective processes for creating promotional cultural tourism media. The sample consisted of 287 participants, including experts, government officials, community representatives, media users, and

youth, selected through purposive and accidental sampling. Data collection instruments included questionnaires, in-depth interviews, and media development guidelines, with analysis performed using descriptive statistics and content analysis. The research findings revealed:

1. The current media landscape for cultural tourism promotion in Chachoengsao Province encompasses diverse formats, with digital platforms (Facebook, YouTube, and TikTok) being most prevalent, while print media remains relevant for elderly tourists and those less technologically proficient.

2. Youth-developed creative media—including video clips, pamphlets, and brochures—successfully captured the unique identity of local attractions. Distribution through online platforms increased accessibility and engagement. Community collaboration enhanced youth understanding of local culture. Satisfaction assessments were highly positive, with suggestions for improving video quality and incorporating more historical narratives.

3. The development process emphasized community participation, following a systematic approach: analyzing user needs, designing content, developing skills, producing content, disseminating materials, and evaluating effectiveness on online platforms.

The research findings have significant practical implications as follows 1) Youth-created creative media helps expand cultural tourism promotion through digital platforms, resulting in broader audience reach. 2) Youth participation in media production enhances pride in local identity and appreciation of cultural values. 3) Sustainable development requires continuous budgetary support and skill enhancement programs to improve tourism media created by youth.

Keywords: Creative Media; Cultural Tourism; Youth

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมความเข้าใจทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2022) ระบุว่า เป็นปัจจัยสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชน ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพิ่มขึ้น 26.43% จากปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 22,566,895 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงมีข้อจำกัด ซึ่งส่งผลให้ข้อมูลไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ใช้โซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวัน และกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร แหล่งศรัทธาที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน วัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ยังคงรักษาวินัยชีวิตและสถาปัตยกรรมดั้งเดิม แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่งานวิจัยของ Richards (2021) ระบุว่า ยังขาดสื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ และนำไปต่อยอดพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ และเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น งานวิจัยหลายชิ้นได้ศึกษาแนวทาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อสร้างสรรค์ โดยเน้นการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลและแนวคิดการเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น Koster (1996) อธิบายว่าการใช้สื่อสร้างสรรค์ที่มีเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมสามารถเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวและกระตุ้นการเรียนรู้ หรือ Manas Suwan et al. (2022) ศึกษาแนวทางการใช้ อินโฟกราฟิกและวิดีโอเชิงสารคดี เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว พบว่าสามารถเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ถึง 30% สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ อ่อนละมัย (2564) ศึกษาการใช้ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ TikTok พบว่าช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ช่องว่างของการวิจัยในปัจจุบัน คือ การศึกษาการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการพัฒนาสื่อ

สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ โครงการที่ขับเคลื่อนโดยภาครัฐหรือองค์กรท้องถิ่น แต่ยังคงขาดการศึกษาเกี่ยวกับการที่เยาวชนเป็นผู้สร้างสรรค์และเผยแพร่สื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อ พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ผลิตโดยเยาวชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การเล่าเรื่อง (Storytelling) และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง และช่วยให้เยาวชนมีบทบาทในการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

การศึกษานี้ดำเนินการในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการศึกษาผ่านสามชุมชนหลัก ได้แก่ ชุมชนวัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งเป็นศาสนสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นศูนย์กลางศรัทธาของจังหวัด, ชุมชนตลาดบ้านใหม่ 100 ปี แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม และชุมชนวัดสมานรัตนาราม สถานที่ซึ่งมีองค์พระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว แม้ว่าจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 26.43% ในปี 2566 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 22,566,895 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) แต่ยังคงพบปัญหาที่สำคัญคือการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาสื่อแบบดั้งเดิม เช่น โปสเตอร์และโบรชัวร์ ทำให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ใช้โซเชียลมีเดียเป็นหลักยังมีข้อจำกัด เนื่องจากขาดสื่อสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเยาวชนในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีส่วนร่วมในการเป็นผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ ที่สามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด สะท้อนมุมมองจากทุกภาคส่วน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ตัวแทนชุมชน ผู้ใช้สื่อและนักท่องเที่ยว และเยาวชน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก แจกแบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม และพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยกลุ่มเยาวชน

งานวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ผลิตโดยเยาวชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเน้นการบูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัลและการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อให้สื่อสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยดำเนินการโดยใช้ ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) ซึ่งครอบคลุม 3 ระยะ ได้แก่ ระยะแรกศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยดำเนินการศึกษาใน 3 ชุมชนหลัก ได้แก่ วัดโสธรวราราม วรวิหาร, ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี และวัดสมานรัตนาราม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา ระยะที่สองพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรับสมัครเยาวชน 25 คน เพื่อเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ เกี่ยวกับการผลิตสื่อดิจิทัล และการออกแบบอินโฟกราฟิก ณ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร หลังจากนั้นเยาวชนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว จากนั้นประเมินคุณภาพของสื่อผ่านแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ใช้สื่อ 100 คน ระยะที่สาม นำเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

บทความวิจัยนี้นำเสนอการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลและการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อให้สื่อสามารถเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างของบทความมีดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้ได้อ้างอิงแนวคิดและงานวิจัยที่สำคัญใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism), (2) สื่อสร้างสรรค์ (Creative Media), และ (3) ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ (User Satisfaction) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจชุมชน นักวิชาการนิยามแนวคิดนี้ในหลายมิติ เช่น Goeldner & Ritchie (2020) ที่มองว่าการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับความบันเทิงและการเรียนรู้ วัฒนธรรม ขณะที่ Smith (1996) นำเสนอโมเดล 4Hs ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ชุมชน และหัตถกรรม โดย Pratt (2019) ระบุว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังไม่แพร่หลายในแวดวงนี้ ส่วน Richards (2018) เสนอว่าโซเชียลมีเดียช่วยขยายการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ Wang & Xu (2021) ศึกษาการใช้ VR และ AR เพื่อเพิ่มประสบการณ์ท่องเที่ยว แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมาก แต่ยังขาดการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลโดยเยาวชนในการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น การวิจัยในอนาคตควรเน้นการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลโดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนจะช่วยให้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้คนได้มากขึ้น

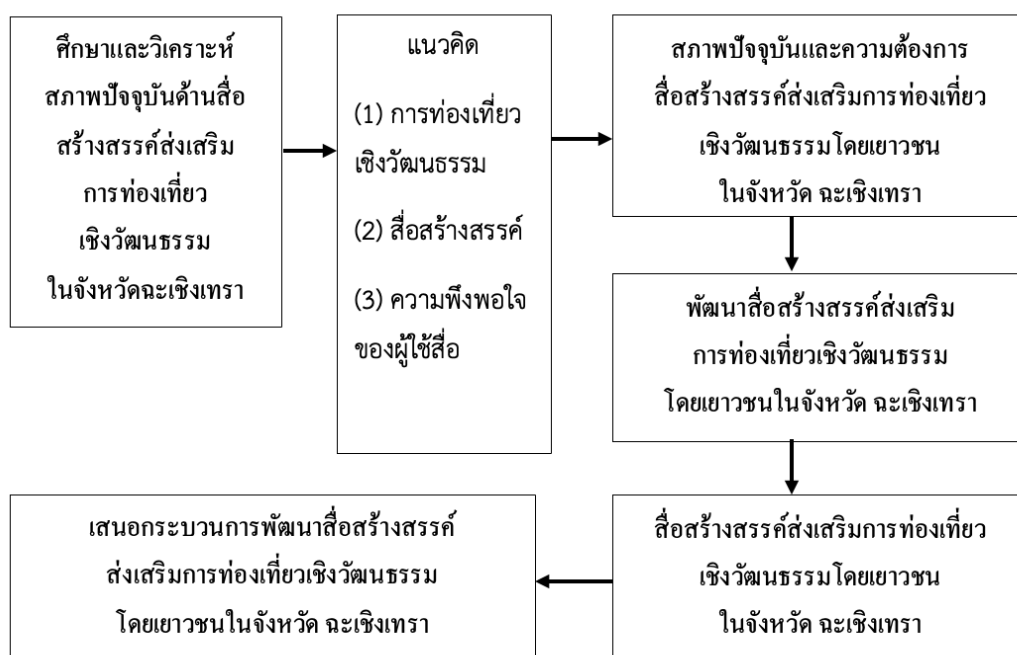
2. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media) โดยสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ Romiszowski (2019) ให้ความหมายของสื่อว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ผ่านช่องทางต่างๆ นอกนั้น Heinich (2021) อธิบายว่าสื่อสร้างสรรค์ต้องมีความแปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจ และสามารถเล่าเรื่อง (Storytelling) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วน Smith (2020) แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อโซเชียลมีเดีย จากงานวิจัยของ สุภาภรณ์ อ่อนละมัย (2564) ศึกษาการใช้ TikTok และ Facebook ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าสามารถเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวได้ 30% ซึ่งมนัส สุวรรณ และคณะ (2565) วิเคราะห์การใช้วิดีโอและอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว พบว่าทำให้การเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าจะมีการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่ยังขาดงานวิจัยที่เน้นให้เยาวชนเป็นผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิค Storytelling และแพลตฟอร์มดิจิทัล ดังนั้น สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่อัตลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาการมีส่วนร่วมของเยาวชนในฐานะผู้ผลิตสื่อสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

3. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ (User Satisfaction) จากความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Torrance (2021) อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสื่อควรคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้ และความสามารถในการสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่ Kotler & Keller (2022) นำเสนอแนวคิด Consumer Satisfaction Model ซึ่งระบุว่าความพึงพอใจ

ของผู้ใช้สื่อขึ้นอยู่กับคุณภาพของสื่อ ความน่าสนใจของเนื้อหา และการเข้าถึงของสื่อ นอกจากนี้ Richards (2021) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่รับชมวิดีโอประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว พบว่าวิดีโอที่ใช้ Storytelling มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่ง Manas Suwan et al. (2022) วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้สื่อสร้างสรรค์ได้รับความนิยม พบว่าสื่อที่มีเนื้อหา กระชับและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้รับความนิยมสูงสุด แม้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้น การพัฒนาสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แต่ยังขาดการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่ผลิต โดยเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการสร้างสื่อที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ให้ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการผลิตสื่อจะช่วยให้ สื่อมีความทันสมัยและเข้าถึงผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยกำหนด กรอบแนวคิดการวิจัยตาม แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์ และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ พัฒนาสื่อโดยเยาวชน และนำเสนอแนวทางพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่วิจัยของการศึกษาอยู่ใน จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ ได้แก่ วัดโสธรวราราม วรวิหาร, ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี และวัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัด โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในขั้นตอนแรกของการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นไปที่ รูปแบบของสื่อที่ใช้ ช่องทางการเผยแพร่ และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อการเก็บข้อมูลดำเนินการโดยใช้ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนนี้ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาเนื้อหาด้านการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมไปถึงนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ ที่เป็นผู้บริโภคสื่อและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังต่อสื่อสร้างสรรค์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในระยะนี้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติพื้นฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย และร้อยละ ในขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการวิเคราะห์โดย การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบเกี่ยวกับแนวโน้มของการใช้สื่อสร้างสรรค์ในปัจจุบัน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หลังจากศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการ รับสมัครเยาวชน จำนวน 25 คน เพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งเน้นการฝึกอบรมและให้เยาวชนมีบทบาทในการออกแบบและผลิตสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เยาวชนได้รับการฝึกอบรมผ่าน กระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ที่เน้นทักษะการผลิตสื่อ เช่น การตัดต่อวิดีโอ โดยใช้แอปพลิเคชัน CapCut การออกแบบอินโฟกราฟิก เพื่อสื่อสารข้อมูล

เชิงท่องเที่ยว และการใช้เทคนิค Storytelling ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ หลังจากการพัฒนาสื่อแล้วได้นำสื่อไปประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติพื้นฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขั้นตอนสุดท้ายของการวิจัยมุ่งเน้นไปที่ การประเมินกระบวนการพัฒนาและคุณภาพของสื่อที่ผลิตขึ้น โดยใช้ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ด้านการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์ ด้านการศึกษา ที่สามารถให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อหา เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาสื่อเพิ่มเติม ผลการประเมินถูกวิเคราะห์โดย การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปกระบวนการในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี)

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หมายเลขการรับรอง อว.๘๐๐๗/ว.๒๖๘

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 วัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อดิจิทัล โดยจากผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลได้รับความนิยมสูงสุด โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก(Facebook), ยูทูบ(YouTube) และติ๊กต็อก (TikTok) เนื่องจากสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ อย่างไรก็ตาม

ตามสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์ ยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย และผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์ 2 ผลการศึกษา การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเยาวชน พบว่า เยาวชนมีศักยภาพในการผลิตสื่อที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดฉะเชิงเทราได้เป็นอย่างดี โดยสื่อที่พัฒนาออกมามีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ วิดีโอคลิป สถานที่ท่องเที่ยว แผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยว และโบรชัวร์ซึ่งเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัลรวมทั้งเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง นอกจากนี้เยาวชนยังได้ลง พื้นที่ศึกษาข้อมูล สัมภาษณ์ผู้รู้ในท้องถิ่น และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ใน เรื่องของเนื้อหาที่มีความลึกซึ้ง และสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับชมสื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนา พบว่า ผู้ชมมีความพึง พอใจในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านคุณภาพของเนื้อหา ความชัดเจนในการสื่อสาร และความน่าสนใจ ของการนำเสนอ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ดีตาม มีข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ชมว่า ควรปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความคมชัดมากขึ้น โดยเฉพาะด้านภาพและเสียง รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาให้กระชับและตรงประเด็นมากขึ้น

วัตถุประสงค์ 3 ผลการศึกษาระบบการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมโดยเยาวชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา เน้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนและชุมชน โดยเริ่มจาก การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมถึงคนในชุมชน และนำข้อมูลที่ได้สำรวจมาวิเคราะห์เพื่อ ออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นเยาวชนได้รับการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตสื่อ เช่น การใช้แอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อวิดีโอ (เช่น CapCut) การออกแบบอินโฟกราฟิก และการใช้ เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา เมื่อนำสื่อที่ผลิตไปเผยแพร่ พบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสามารถกระตุ้นความสนใจของ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สื่อสร้างสรรค์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรามีความหลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกเป็นสื่อดิจิทัล สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สื่อดิจิทัลได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องจาก

สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีความสะดวกในการเผยแพร่ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่นิยมใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1954) ที่กล่าวว่า "การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยสื่อที่สามารถส่งข้อมูลได้ตรงกับพฤติกรรมของผู้รับสาร" (Schramm, 1954) และยังสนับสนุนโดยงานวิจัยของ Smith (1996) ซึ่งพบว่า "สื่อดิจิทัลสามารถเข้าถึงและโน้มน้าวผู้ชมได้ดีกว่าสื่อแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะการใช้มัลติมีเดียในการสื่อสาร" (Smith, 1996) นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยและผู้ที่ไม่ถนัดการใช้เทคโนโลยี ยังคงมีความต้องการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและโบรชัวร์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การใช้ สื่อแบบผสมผสาน (Integrated Media Approach) เป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย (Getzels & Jackson, 2010)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชนสามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพบว่า เยาวชนสามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอคลิป อินโฟกราฟิก หรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เยาวชนมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสื่อ ซึ่งช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีความทันสมัย ดึงดูดความสนใจ และสามารถสื่อสารเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2011) ที่กล่าวว่า "เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของเยาวชนสามารถช่วยสร้างเนื้อหาที่สดใหม่และน่าสนใจ" (Richards, 2011) นอกจากนี้ การที่เยาวชนได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความถูกต้องและสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกนก นิลดำ และคณะ (2562) ที่พบว่า "การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการผลิตสื่อดิจิทัลสามารถเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี" (กรกนก นิลดำ, 2562) อย่างไรก็ตาม พบว่ามีบางจุดที่ควรได้รับ

การพัฒนาเพิ่มเติม เช่น การปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความคมชัดมากขึ้น และการนำเสนอข้อมูลให้กระชับและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaofeng Li (2018) ที่ศึกษาบทบาทของโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และพบว่า "คุณภาพของเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว" (Li, 2018)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยเยาวชนมีความเป็นระบบและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นได้ โดยมีการดำเนินงานเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษาความต้องการของผู้ใช้สื่อ มีการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อเผยแพร่ รวมถึงการประเมินผลเพื่อพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น โดยกระบวนการพัฒนาสื่อมีการบูรณาการ การเล่าเรื่อง (Storytelling) กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Stephen Pratt (2015) ที่กล่าวว่า "การเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่มีโครงสร้างดีและใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางเผยแพร่สามารถกระตุ้นความสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากขึ้น" (Pratt, 2015) นอกจากนี้พบว่าความร่วมมือระหว่างเยาวชนกับชุมชนมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของโครงการ สอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2020) ที่กล่าวว่า "เยาวชนมีบทบาทสำคัญในการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถนำเสนอวัฒนธรรมในมุมมองที่ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ" (UNESCO, 2020)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพ 2 กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชน

กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนเริ่มจากขั้นแรก คือ การวางแผนและเตรียมการ โดยคัดเลือกเยาวชนที่มีความสนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว พร้อมแบ่งหน้าที่ตามความสามารถ และกำหนดเป้าหมายของสื่อให้ชัดเจน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการอนุรักษ์เอกลักษณ์ชุมชน จากนั้นเข้าสู่ขั้นที่สองการสำรวจและประเมินสถานที่ โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ลงพื้นที่สำรวจข้อมูล และสัมภาษณ์ชุมชนเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์แนวทางพัฒนาสื่อ ขั้นที่สามเป็นการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเก็บข้อมูลจากเอกสารวิชาการและสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในท้องถิ่น รวมถึงสังเกตบรรยากาศของสถานที่จริงเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน จากนั้นในขั้นที่สี่ทำการอบรมเยาวชนและการวางแผนผลิตสื่อ โดยฝึกอบรมด้านการเล่าเรื่อง เทคนิคการถ่ายภาพ และการตัดต่อ พร้อมกำหนดแนวทางการนำเสนอ เช่น วิดีโอประชาสัมพันธ์หรือสารคดี เข้าสู่ขั้นที่ห้าเป็นขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ โดยลงพื้นที่บันทึกภาพและสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ จากนั้นตัดต่อ ปรับแต่งเสียง และเพิ่มองค์ประกอบเสริมเมื่อสื่อเสร็จสิ้นในขั้นที่หกจะต้องตรวจสอบและเผยแพร่ โดยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา จัดกิจกรรมเปิดตัวรับฟังความคิดเห็น จากนั้นเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ดิจิต็อก (TikTok) และ ยูทูบ (YouTube) และขั้นสุดท้ายคือ การติดตามและประเมินผล โดยสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว และชุมชนเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อ และสรุปบทเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงในอนาคต

สรุป

บทความนี้นำเสนอกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาสภาพปัจจุบันของสื่อที่มีใช้ และพัฒนาเยาวชนให้สามารถออกแบบและผลิตสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการพัฒนานั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและเยาวชน ตั้งแต่การศึกษาข้อมูล การฝึกอบรม ไปจนถึงการผลิตและเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ดิจิต็อก (TikTok) และ ยูทูบ (YouTube) ผลการวิจัยพบว่าสื่อดิจิทัลมีประสิทธิภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งนี้ การพัฒนาสื่ออย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายผลและต่อยอดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเยาวชนในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เน้นการเล่าเรื่อง วัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่ดีมาก เพราะเยาวชนมีความเข้าใจในเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทันสมัย ซึ่งจะช่วยให้อาจสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งได้มีการนำไปใช้ในการเรียนการสอนสาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

2) การจัดตั้งเครือข่ายเยาวชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะช่วยสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน เครือข่ายนี้สามารถเชื่อมโยงเยาวชนกับผู้เชี่ยวชาญด้าน วัฒนธรรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาสื่อที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของตลาด

3) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) และอินเทอร์แอคทีฟมีเดีย เป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เทคโนโลยีเหล่านี้สามารถทำให้ ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้เข้าไปอยู่ในสถานที่จริง ได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมแม้จะอยู่ห่างไกล นอกจากนี้ ยังสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่น่าสนใจผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาผลกระทบของสื่อสร้างสรรค์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะช่วยให้เข้าใจอิทธิพลของสื่อต่อการตัดสินใจ ทั้งการเลือกจุดหมายปลายทาง ระยะเวลา และการใช้จ่าย

2) ควรเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อแต่ละประเภท จะช่วยให้จัดสรรทรัพยากรได้เหมาะสม โดยระบุว่าสื่อใดมีประสิทธิภาพสูงสุดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3) ควรใช้ AI และ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะช่วยพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีความแม่นยำ และคาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตได้

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก นิลดำ และคณะ. แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
ชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-มิถุนายน 2562). 2562.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองแผนและงบประมาณ. แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ.
2561 – 2565). องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา. 2562) ออนไลน์. แหล่งที่มา
[https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2015_1 . pdf](https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2015_1.pdf).
2559. สืบค้นเมื่อ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๖.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. – ก.ย.
ปี 2566 (เบื้องต้น) (International Tourist Arrivals to Thailand Jan –Sep 2023).
2566.
- กระทรวงวัฒนธรรม. ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรม ปี 2559 Cultural Tourism Communities (CTC)
2016. กลุ่มส่งเสริมเครือข่ายท้องถิ่นและชุมชน กองกิจการเครือข่ายวัฒนธรรม กระทรวง
วัฒนธรรม. 2560.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทย
วัฒนาพานิช. 2562.
- ประเมศฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อ
นักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการมรดก
วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2561.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. ราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ลักษณ์. กรุงเทพฯ : นาน
มีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์. 2546.
- มนัส สุวรรณและคณะ. ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่
และจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารพินเนศวร์สาร ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม –
ธันวาคม 2565.
- ยุชิตา กันหาหมิง และฉัตรชัย อินทรประพันธ์. การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิง
สร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานการประชุมระดับชาติและ

นานาชาติ. 2562.

ล้วน สายยศและคณะ. เทคนิคการวิจัยการศึกษา. (กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. 2536)

เลิศลักษณ์ บุญเจริญ. ไสธรรารามวรวิหาร มงคลคู่แปดริ้ว (ที่ระลึกในงานพระราชพิธียกยอดฉัตร
พระอุโบสถหลังใหม่). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดาวฤกษ์ จำกัด. 2554.

วชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์. วัดพระอารามหลวงในกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ. ศูนย์ศิลปะ

วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์. ฉะเชิงเทรา : บริษัทเอ็มเอ็นคอมพิ
วออฟเซท จำกัด. 2564.

วิลาสสิน ชนพิทักษ์. การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมฝ่ายมีชีวิตจากภูมิปัญญา

ชุมชนตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ 14 ฉบับที่
2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564.

ศิริฉัตรเดชา ศ., อังประเสริฐ พ., & ไพโรบลย์ทรัพย์ (2022). ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของ
ผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) :
กรณีศึกษา ตลาดตรงข้ามวัดโสธรราราม วรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสาร มจร พุทธโส
ธ ปร ิ ท ร ร ศ น์ , 2 (1) , 7 5 - 8 9 . สืบค้น จาก [https://so02.tci-
thaijo.org/index.php/JMBR_sothorn/article/view/257208](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JMBR_sothorn/article/view/257208)

สมาน วัฒนรังสี. การใช้หนังสือส่งเสริมการอ่านเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถ

ด้านการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. 2556.

สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา. เป้าหมายการพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา 20 ปี (พ.ศ.2566-2585).

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา.
2566.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจบริการ
ท่องเที่ยวและธุรกิจที่

เกี่ยวเนื่อง. กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ งานพัฒนาองค์ความรู้
สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561.

สุขุมารณ์ ชันศรี.การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 46 สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. 2551.

สุขุมารณ์ ชันศรี. แนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารการจัดการท่องเที่ยว. 12(1). 2565.

สุชานาฏ สิตานุรักษ์. การพัฒนาสื่อการเรียนรู้“ชุมชนของเรา” เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียนระดับประถมศึกษาชุมชนป่าต๋มดอน อำเภอดงหลวง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2563.

สุนทร คัยนันท์. ฉะเชิงเทราในประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์.(ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมวิทยาลัยครูฉะเชิงเทราจัดพิมพ์เนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ 3 รอบ 2 เมษายน 2534. 2537.

เสาวภาคย์ ปฐมพฤษชัย. ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มคุณภาพการศึกษานครหงส์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 1. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. Vol. 17 No. 77 (2020): เมษายน - มิถุนายน 2563. 2563.

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). 1994.

Applewhite. P. B. Organization Behavior Englewood Cliffs. New York: Prentice Hall. 1965.

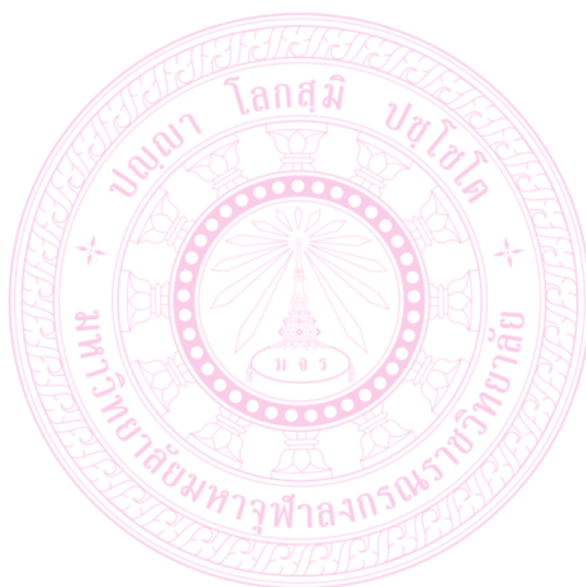
Barker. M. et al. Social Media Marketing: A Strategic Approach. International Edition. United States: South-Western. Cengage Learning. 2013.

Getzels. J. W.. & Jackson. P. W. Creativity. and Intelligence: Exploration with Gifted Students. New York: John Wiley & Sons. 1962.

Goeldner. C.. & Ritchie. J. R. B. Tourism: principles. practices. philosophies (10th ed.).2011

Guilford. J.P. Structure of Intellect Psychological. New York: McGraw-Hill Book Co.. 1956.

Guttentag. D. Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. Tourism Management. 31(5). 2010.





ภาคผนวก จ

การรับรองการนำไปใช้ประโยชน์

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์:

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

หน่วยงานร่วมดำเนินการและการบริหารจัดการ:

ประเภท	ชื่อหน่วยงาน	โทรศัพท์	หนังสือยินยอม	จัดการ

ประโยชน์ที่ได้จากการร่วมมือกับภาคเอกชน:

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

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์:

๑) วัดโสธรวรารามวรวิหาร

๒) วัดจุ๊กเจมอ

๓) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

๔)

รายละเอียดการใช้ประโยชน์:

๑. ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา โดยเยาวชนได้เรียนรู้ทักษะด้านดิจิทัลและการสื่อสาร สื่อที่พัฒนาจะช่วยให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และเพิ่มรายได้ให้แก่ร้านค้าท้องถิ่น สามารถใช้เป็นต้นแบบขยายผลสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น นำไปใช้ประโยชน์ด้านสังคมให้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร และวัดจุ๊กเจมอ เศรษฐกิจ และวิชาการเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

๒. สาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์นำ คู่มือฝึกอบรมการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ให้นักศึกษาสาขาสังคมศึกษาใช้พัฒนาสื่อดิจิทัลในรายวิชา วัฒนธรรมสังคมดิจิทัล โดยนักศึกษาจะศึกษาเนื้อหาออกแบบ และผลิตสื่อ เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก เพื่อนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรมในฉะเชิงเทรา สร้างการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล



ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) พระพรหมพิริยะ ธาวโร (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 ๐๖๔ ๕๕๒๒ ๒๖๕ 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

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)

ประวัติผู้ร่วมโครงการวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) นางสาวศิตภัทร นามสกุล ศิริฉัตรเดชา
 ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Sitaphat Sirichatdaycha
 ๒. ตำแหน่งวิชาการ อาจารย์ประจำ
 ๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ ๔๒๒ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ถนนมรุพงษ์ ตำบลหน้า
 เมือง อำเภอมะเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๓๘
 ๕๐๐ ๐๐๐, มือถือ ๐๙ ๒๘๐๔ ๙๙๕๘ E-mail:
 Sitaphat.sir@rru.ac.th

๔. ประวัติการศึกษา

- ๔.๑ ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (บธ.บ.) มหาวิทยาลัย
 กรุงเทพ พ.ศ. ๒๕๕๐
 ๔.๒ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๒
 ๔.๓ ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา (พธ.ม.)
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๐
 ๔.๔ ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษา (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 พ.ศ. ๒๕๖๖

๕. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

- ๕.๑ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง “การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานในรายวิชาการ
 สอนสังคมศึกษาของนิสิต คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
 วิทยาลัย”. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ
 ๒๕๖๑ (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร)
 ๕.๒ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง “รูปแบบการใช้ Active Learning ในการเสริมสร้างการ
 เรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒ (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธ
 ศาสตร์ มจร)
 ๕.๓ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ ในยุค New Normal”.
 สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓
 (แหล่งทุน สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร)

ประวัติผู้ร่วมวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) พระมหาภูมิพัฒน์ ญาณวุฑฺโฒ (คำมี)
ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Phramaha Phumiphat Yanawuttho (Commee)
๒. ตำแหน่งวิชาการ อาจารย์
๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐๓๘ ๘๒๐ ๙๑๖, มือถือ ๐๘ ๐๑๐๒ ๒๑๑๔
E-mail: rinnano37@gmail.com
๔. ประวัติการศึกษา
- ๔.๑ ปริญญาตรี พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา (พธ.บ.) มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๒
- ๔.๒ ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา (พธ.ม.) มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๔

ประวัติผู้ร่วมโครงการวิจัย

๑. ชื่อ (ภาษาไทย) นายสิทธิกร นามสกุลพันธุ์ศิริ
ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Mr.Sitthikhorn Phansiri
๒. ตำแหน่งวิชาการ นักทรัพยากรบุคคล
๓. หน่วยงานที่ติดต่อได้ วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐๓๘ ๘๒๐ ๙๑๖, มือถือ ๐๖ ๒๗๑๙ ๘๗๔๘

๔. ประวัติการศึกษา

- ๔.๑ ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต การจัดการทั่วไป (บธ.บ.) มหาวิทยาลัยศรีปทุมพ.ศ.
๒๕๕๕
- ๔.๒ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
พ.ศ. ๒๕๖๒
- ๔.๓ ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง
กรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๗

