

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

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

¹พรภิรมย์ ยอดบุญ ²พระพรหมพิริยะ มาลียรักษ์ และ ³ดนัย ทองบุญมา

¹Pornpirom Yodboon ²Phra Phompiriya Malailak and ³Danai Tongboonma

^{1,2,3}วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

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

Email: pornpirom.yod@mcu.ac.th



Received March 8, 2025; Revised April 23, 2025; Accepted May 8, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเยาวชน และเพื่อเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้นำชุมชน รวม 21 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง และสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิ 11 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย การสำรวจและรวบรวมข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์และการตลาด การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามและประเมินผล และการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชน ประกอบด้วย การวางแผนและเตรียมการ การสำรวจและประเมินสถานที่ การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ และการติดตามและประเมินผล

3. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่าย ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้



การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; เยาวชน

Abstract

The objectives of this research were to study the process of developing a database and the potential for promoting cultural tourism, to develop creative media for youth tourism promotion, and to strengthen learning resources and cultural tourism networks in Chachoengsao Province. This research employed a research and development methodology. The sample consisted of 400 tourists selected through accidental sampling, and 21 key informants from government agencies, the private sector, and community leaders selected through purposive sampling. Additionally, focus group discussions were conducted with 11 experts. Research instruments included questionnaires and in-depth interview guides. Quantitative data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation, while qualitative data were analyzed through content analysis and descriptive interpretation.

The findings revealed the following:

1. The process of developing a database and the potential for promoting cultural tourism comprised: data collection and survey, development of a digital database, improvement of infrastructure and facilities, promotion of cultural tourism activities, public relations and marketing, collaboration with communities and relevant agencies, monitoring and evaluation, and sustainable conservation and development.
2. The development of creative media for youth cultural tourism promotion involved: planning and preparation, site surveys and assessments, study of historical and cultural information, youth training and media production planning, filming and media production processes, media review and dissemination, and follow-up and evaluation.
3. The enhancement of learning resources and network building included: assessment of existing learning resources, development of training manuals for resource enhancement, workshops for developing learning sites, lesson learned documentation and mapping of learning resources, development of cultural tour guide skills, and sustainable network formation.

Keywords: Creative Media; Cultural Tourism; Youth



บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนและระดับประเทศ (Richards, 2018) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งโบราณสถาน ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิต ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (UNESCO, 2021) แต่การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่มีศักยภาพในการเป็นสื่อกลางในการสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่สาธารณชน (Throsby, 2019)

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดที่โดดเด่นทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม และอัตลักษณ์วิถีชุมชน ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (1) วัดโสธรวราราม วรวิหาร ศาลหลักเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ป้อมกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา/สวนมรุพงษ์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ตลาดโบราณนครเนื่องเขต เชื่อนทนต์บางปะกง วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ วัดสมานรัตนาราม (2) วัฒนธรรมประเพณี (1) ประเพณีแห่หลวงพ่อกุญชร (2) การแข่งเรือ (3) งานสักการะพระยาศรีสุนทรโวหาร (4) ประเพณีทำบุญล่อมบ้าน (พิธีกรรมฮีบ้านของชาวไทพวน อำเภอนมสารคาม) (5) ประเพณีบุญข้าวหลามหรืองานเผาข้าวหลาม (6) ประเพณีวันกตัญญูต่อสายน้ำ อำเภอบ้านโพธิ์ และ (7) ประเพณีบุญบั้งไฟ อำเภอนาทะเกียบ เป็นต้น (กองแผนและงบประมาณ, 2562) ซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เหมาะแก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศที่มีทั้งแม่น้ำบางปะกงและป่าไม้สมบูรณ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน ลักษณะเมืองวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่ายของชุมชนเก่าแก่ ความศรัทธาของประชาชนที่มีต่อหลวงพ่อกุญชรศักดิ์สิทธิ์ วัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาดั้งเดิม กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบกับจังหวัดฉะเชิงเทรามีกลุ่มเยาวชนอาสาที่มีพลังในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น แต่ยังขาดสื่อที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเยาวชนเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่น (Smith, 2020)

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

จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูล



และศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้ และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา จะสามารถเพิ่มผลผลิต/รายได้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์ และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำ และส่งเสริมให้เยาวชนในพื้นที่มีจิตสำนึกรักษากำเนิด รับรู้คุณค่าและสืบสานภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้คงอยู่ตลอดไป

บทความนี้นำเสนอผลการศึกษที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของเยาวชน ตลอดจนเป็นแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและทันสมัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีความยั่งยืนต่อไป อีกทั้งยังช่วยเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

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

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เข้าใจ และเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน



แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

สรุปได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจ ซึ่งเน้นคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว คือ ความพร้อมขององค์ประกอบที่ส่งเสริมการจัดการแหล่งวัฒนธรรม และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการดูแล ควบคุม และดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์

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

การศึกษาของ Richards (2011) พบว่า การใช้สื่อดิจิทัลในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของ Tourism 4.0 ซึ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า สื่อสร้างสรรค์ โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR และแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมและเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ทันสมัย น่าสนใจ และตอบโจทย์นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างการเรียนรู้

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

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

สรุปได้ว่า การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยการใช้เทคโนโลยีและสื่อมัลติมีเดียสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมและส่งเสริมการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

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

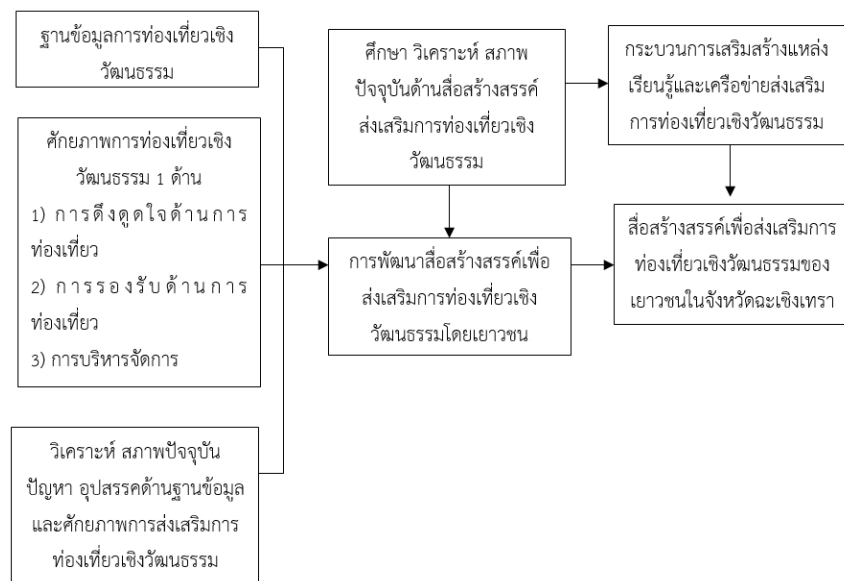
Porter (1990) เสนอว่า เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากร

สรุปได้ว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีช่องว่างของความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาในหลายประเด็น ได้แก่ บทบาทของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว แนวทางการออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อพัฒนาการเรียนรู้และการตลาดด้านการท่องเที่ยว การใช้โซเชียลมีเดีย (Social Medi) ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้ จะช่วยเติมเต็มช่องว่างของความรู้โดยการศึกษาสื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยเสริมสร้างศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา แล้วนำมาวิเคราะห์ ประมวลองค์ความรู้ ได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) เพื่อประกอบการศึกษาตามโครงสร้าง ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) พื้นที่วิจัย คือ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 470,647 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา, 2566) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทางเยือนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ได้มาโดยการกำหนด



ขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยมีการคำนวณขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดของทาร์ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) คำนวณกลุ่มตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth interview) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มภาครัฐ ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ละ 7 รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 21 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (Creswell, J. W., 2013) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ผู้นำชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 6 คน ตัวแทนกลุ่มนักวิชาการ จำนวน 2 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่ (1) แบบสอบถาม (2) แบบสัมภาษณ์ (3) การสนทนากลุ่ม รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างเดือน ตุลาคม 2566 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2568 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและสังเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวม

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	n = 400		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการส่งเสริมการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	3.67	0.653	มาก
2. ด้านการส่งเสริมศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	3.56	0.932	มาก
3. ด้านการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการ	3.52	0.760	มาก
รวม	3.59	0.711	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทุกด้าน

1.1 การศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคด้านฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า จังหวัดฉะเชิงเทรามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูง แต่ยังขาดฐานข้อมูลที่เป็นระบบ ข้อมูลกระจายและขาดการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างวัดโสธรฯ ตลาดบ้านใหม่ และวัดสมานรัตนาราม ยังไม่มีระบบดิจิทัลรองรับ



การให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน จึงควรพัฒนาฐานข้อมูลกลาง แพลตฟอร์มออนไลน์ และเทคโนโลยีจัดการข้อมูล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 การพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เป็นกระบวนการที่ผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยว โดยใช้ phpMyAdmin และ MySQL ในการจัดเก็บข้อมูล เชื่อมโยงกับระบบ CMS เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ Web hosting ที่ตั้งอยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบนวิธ (Bandwidth) สูง เพื่อช่วยเพิ่มความเร็วของระบบในการให้บริการข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผลจากการพัฒนานี้ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้น เพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ต่อยอดไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

1.3 กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูล สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวบรวมข้อมูลจากชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล (1) จัดระบบข้อมูล (2) พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล (3) ใช้เทคโนโลยีเสริม ขั้นตอนที่ 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (1) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (2) จัดการสิ่งแวดล้อม ขั้นตอนที่ 4 การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (1) จัดกิจกรรมที่หลากหลาย (2) พัฒนาทัวร์เชิงวัฒนธรรม ขั้นตอนที่ 5 การประชาสัมพันธ์และการตลาด (1) ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (2) สร้างแคมเปญการตลาด ขั้นตอนที่ 6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน (2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือ ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล (1) ติดตามผลการดำเนินงาน (2) ประเมินผลและปรับปรุง ขั้นตอนที่ 8 การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน (1) อนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (2) ควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างการพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว และการสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สมบูรณ์และยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 8 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเก็บข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัล เป็นการจัดระบบข้อมูลที่รวบรวมได้ จัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ และพัฒนาฐานข้อมูลกลางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสร้างเว็บไซต์รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มฟังก์ชันแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง คิวอาร์โค้ด (QR Code) ในจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก ขั้นตอนที่ 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เน้นการพัฒนาพื้นที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวก



แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พร้อมทั้งจัดการสิ่งแวดล้อมให้สวยงามและสะอาด ขั้นตอนที่ 4 การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งจัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ขั้นตอนที่ 5 การประชาสัมพันธ์และการตลาด ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), ดิกต็อก (TikTok) และยูทูบ (YouTube) เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ และจัดแคมเปญการตลาด รวมถึงการร่วมมือกับบริษัททัวร์และโรงแรมในการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ฝึกอบรมทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 7 การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบติดตามจำนวนนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และเก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และขั้นตอนที่ 8 การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ศิลปกรรมและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาอาคารและศิลปกรรมดั้งเดิม และสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนวิถีชีวิตของชุมชน

ตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.1 สภาพปัจจุบันของสื่อสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ปัจจุบันมีการใช้สื่อสร้างสรรค์หลากหลายรูปแบบในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมสูงสุด เพราะเข้าถึงได้ง่ายและแพร่หลาย แต่สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงจำป็นต่อกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่ถนัดใช้เทคโนโลยี จึงควรผสมผสานการใช้สื่อหลายประเภทเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้อย่างครอบคลุม

2.2 การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรามีบทบาทสำคัญในการสร้างสื่อที่ทันสมัยและน่าสนใจ ผ่านการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ผู้รู้ และออกแบบสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น การเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มการเข้าถึงและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมทักษะและจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมในหมู่เยาวชน

2.3 กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า มีขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนแรกเริ่มจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และออกแบบสื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงดำเนินการพัฒนาศักยภาพเยาวชนผ่านการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อที่หลากหลาย รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันแคปคัต CapCut สำหรับการตัดต่อวิดีโอ การออกแบบอินโฟกราฟิก และการสร้างเนื้อหาที่มีความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเยาวชนได้รับการพัฒนาทักษะแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนการทดลองผลิตสื่อและนำไปเผยแพร่เพื่อประเมินผลตอบรับจากนักท่องเที่ยว ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงสื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น หลังจากนั้นจึงดำเนินการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม



จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 7 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การวางแผนและเตรียมการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดแนวทางและโครงสร้างของการทำงานทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกทีมเยาวชน การจัดแบ่งหน้าที่ในทีม และการกำหนดเป้าหมายของสื่อ (2) การสำรวจและประเมินสถานที่ เป็นขั้นตอนสำคัญในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อที่สื่อสารอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน (3) การศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อสร้างสรรค์มีความลึกซึ้งและถูกต้อง เน้นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและการสัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่ (4) การอบรมเยาวชนและการวางแผนการผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ทีมงานมีทักษะและความรู้เพียงพอในการสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพและตรงตามเป้าหมาย (5) ขั้นตอนการถ่ายทำและผลิตสื่อ เป็นการนำแผนการผลิตมาสู่การปฏิบัติจริง โดยเน้นการใช้เทคนิคต่างๆ ในการถ่ายทำและการตัดต่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพสูง (6) การตรวจสอบและเผยแพร่สื่อ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สื่อมีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (7) การติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการวัดประสิทธิภาพของสื่อและนำข้อคิดเห็นมาปรับปรุงกระบวนการในอนาคต

ตอนที่ 3 การเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

3.1 สภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าจังหวัดฉะเชิงเทรามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมาก โดยเฉพาะพื้นที่สำคัญ เช่น วัดโสธรวราราม วรวิหาร วัดสมานรัตนาราม และ ตลาดบ้านใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบันยังพบปัญหาและข้อจำกัดที่สำคัญในการเสริมสร้างเครือข่าย การบริหารจัดการ และการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งขาดการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในด้านทรัพยากร งบประมาณ และการส่งเสริมกิจกรรม การเผยแพร่ข้อมูลยังขาดความครอบคลุม มีการรวมตัวของชุมชนที่เน้นความร่วมมือในลักษณะ ภาวศึเครือข่าย ระหว่างชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมหาวิทยาลัยในพื้นที่ โดยเน้นการบริหารจัดการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ที่ครอบคลุม และสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว

3.2 การสร้างแหล่งการเรียนรู้คู่มืออบรมแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ (1) รับสมัครอาสาสมัครในการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 25 คน (2) จัดทำคู่มืออบรมการสร้างแหล่งการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการให้แก่เยาวชน (3) พัฒนาแหล่งการเรียนรู้โดยให้เด็กเยาวชนได้ทดลองเป็นไกด์สถานการณ์จำลอง (4) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสำรวจพื้นที่สภาพปัจจุบัน (5) ผู้วิจัยร่วมกับอาสาสมัครลงพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (6) นำเสนอการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อร่วมกัน



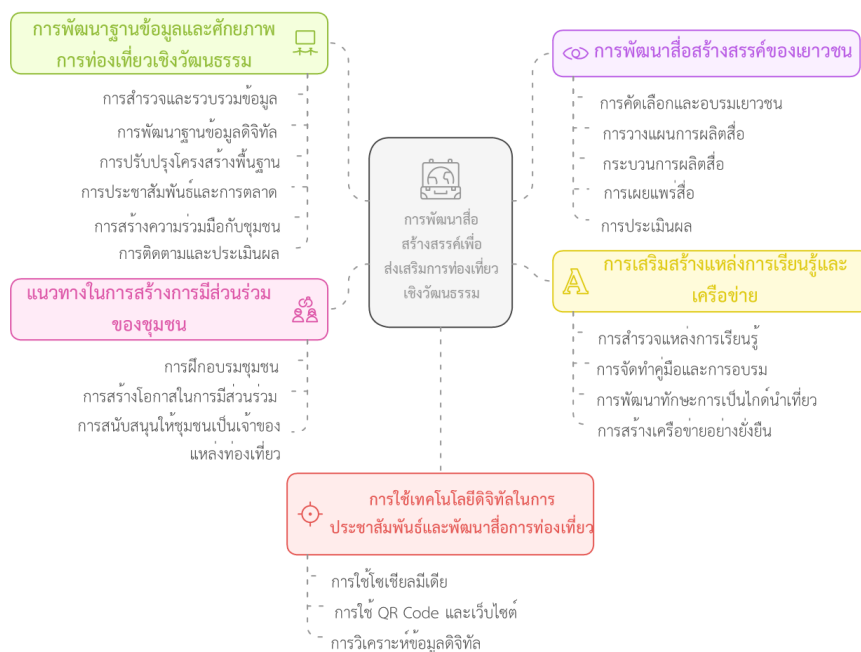
ให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายให้ได้มาตรฐาน (7) แกไขกระบวนการเสริมสร้างแหล่งการเรียนรู้และเครือข่ายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้สมบูรณ์

3.3 การนำกระบวนการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ สํารวจและวิเคราะห์สถานะของแหล่งเรียนรู้ในปัจจุบัน (2) การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ จัดทำแนวทางหรือคู่มือในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ (3) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (4) การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ (5) การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (6) การรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน ดังนั้น กระบวนการเหล่านี้จะช่วยให้แหล่งเรียนรู้สามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันของแหล่งเรียนรู้ (2) การจัดทำคู่มืออบรมเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ (3) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (4) การถอดบทเรียนและจัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ (5) การพัฒนาทักษะการเป็นไกด์นำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (6) การรวมตัวกันสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

จากแผนงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยี สื่อสร้างสรรค์ และเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่



อภิปรายผลการวิจัย

จากแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของนฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน (2562) เสนอว่า ควรมีการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่สิ่งที่งานวิจัยนี้เด่นกว่าคือการออกแบบฐานข้อมูลร่วมกับเยาวชน โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปและลงพื้นที่จริง ซึ่งช่วยให้เยาวชนเข้าใจการจัดการข้อมูลเชิงวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ขณะเดียวกันยังต่างจากงานของนราวดี บัวขวัญ และปรัชญากรณ์ไชยคช (2562) ที่ใช้ Cloud Platform โดยเน้นระบบเป็นหลัก ในขณะที่งานวิจัยนี้เน้นกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน จึงถือเป็นจุดเด่นที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับท้องถิ่นอย่างแท้จริง

2. การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า แนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์สื่อและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว สอดคล้องกับธนาวดี ปิ่นประจักษ์ (2564) และกรรณก นิลดำ และคณะ (2562) ที่เน้นความสำคัญของทรัพยากรบุคคลและการจัดกิจกรรมในชุมชนเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่งานวิจัยนี้มีความแตกต่างคือ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้กับเยาวชนในท้องถิ่น ไม่เพียงแต่ให้เยาวชนเป็นผู้ผลิตสื่อเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้กระบวนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติที่ลึกซึ้ง จากการประเมินพบว่า สื่อที่ผลิตโดยเยาวชนมีความน่าสนใจและเข้าถึงง่าย ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จุดเด่นนี้สะท้อนถึงความยั่งยืน เพราะเยาวชนจะกลายเป็น “นักเล่าเรื่องท้องถิ่น” ที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

3. การเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูล การบูรณาการระหว่างการพัฒนาฐานข้อมูล การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม จะช่วยให้จังหวัดฉะเชิงเทราสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเมษธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุริชาดา สกลวานิชเจริญ (2565) ได้เสนอการใช้วงจรคุณภาพ PDCA ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ผลงานของผู้วิจัยมีความแตกต่างตรงที่ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยง “โรงเรียน-ชุมชน-สื่อออนไลน์” เข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นโครงสร้างเครือข่ายแบบ



3 มิติที่ยังไม่ปรากฏในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ อีกทั้งยังได้พัฒนารูปแบบกิจกรรม “เยาวชนสร้างสรรค์” ซึ่งช่วยเชื่อมโยงการเรียนรู้ภาคสนามเข้ากับโลกดิจิทัลอย่างกลมกลืน เครื่องข่ายที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยนี้จึงไม่เพียงแต่เป็นความร่วมมือชั่วคราว หากแต่เป็นเครือข่ายการเรียนรู้ถาวรที่สามารถขยายผลในพื้นที่อื่นได้ ถือเป็นแนวทางใหม่ที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในอนาคต

สรุป

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลที่เป็นระบบและใช้เทคโนโลยีช่วยให้ข้อมูลท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายและถูกต้อง สื่อสร้างสรรค์โดยเยาวชน การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสร้างสื่อช่วยเพิ่มการรับรู้และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เครื่องข่ายและแหล่งเรียนรู้ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการใช้เทคโนโลยีช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความยั่งยืน บทความนี้ให้แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีความยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของเยาวชนและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มฐานข้อมูลกลางที่สามารถรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบ เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนให้เป็นเครือข่ายเดียวกันเพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรสนับสนุนให้เยาวชนมีบทบาทในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เลือกใช้ดิจิทัลที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการออกแบบเนื้อหาให้มีลักษณะดึงดูดและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ พัฒนาศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้ และสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรศึกษาการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.2 ควรศึกษาบทบาทของเยาวชนในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา



2.3 ควรศึกษาการพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก นิลดำ และคณะ. (2562). แนวทางการพัฒนาเยาวชนให้เป็นนักสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(1), 220-237.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กองแผนและงบประมาณ. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. 2561 – 2565)*. องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา.
- ธนาดี ปิ่นประจักษ์. (2564). *การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรุกรลาโวจในพื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่* (รายงานการวิจัย). คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราวดี บัวขวัญ และปรัชญากรณ์ ไชยคช. (2562). *การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ 2* (รายงานการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- นฤตล สวัสดิ์ศรี และมัสลิน ปูนอน. (2562). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามเพื่อไปสู่เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์* (รายงานการวิจัย). คณะเทคโนโลยีการเกษตร: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เมษธาวิณ พลโยธี สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สุกุลวานิชเจริญ. (2565). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไต่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(1), 1-25.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดฉะเชิงเทรา. (2566). *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เดือนกันยายน 2566*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, จาก https://province.mots.go.th/ewtdamin/ewt/chachoengsao/download/article/article_20231102143853.jpg
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited* (2nd ed.). London: Routledge.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.), SAGE Publications.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.



- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Free Press.
- Richards, G. (2011). *Cultural tourism: Global and local perspectives (2nd ed.)*. London: Routledge.
- _____. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Ritchie, J. R. B., Tung, V. W. S., & Ritchie, R. J. B. (2011). Tourism experience management research: Emergence, evolution, and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in Cultural Tourism Studies (3rd ed.)*. Routledge.
- Scott, N., Cooper, C., & Baggio, R. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row,
- Throsby, D. (2019). *Cultural Economics and the Creative Economy*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2006). *Cultural tourism and sustainable development*. Paris: UNESCO Publishing.
- _____. (2021). *Re/Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO Publishing.
- UNWTO. (2017). *Tourism and culture synergies*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.