



การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับ
เทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก
The Development of Tourism Model from Social Networks Sharing
in Cooperation with Storytelling Techniques for the Case Study of
Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in Phitsanulok

นฐา ศรีนวล

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

E-mail: nathas64@nu.ac.th

ทิพรัตน์ ลิทธิวงศ์

อาจารย์ หลักสูตรเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

E-Mail: tipparats@nu.ac.th

Natha Srinuan

Student, Doctor of Philosophy Program in Educational,

Technology and Communications

Faculty of Education, Naresuan University

Thipparat Sittiwong

Lecturer, Master of Educational Technology and Communications,

Faculty of Education, Naresuan University

รับเข้า: 5 พฤษภาคม 2564 แก้ไข: 8 กันยายน 2564 ตอรับ: 12 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก 2) ศึกษาความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง

กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (The research and Development) วิธีการวิจัย คือ 1. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลกโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ จำนวน 5 ท่าน และ 2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายที่ขายสินค้าในบริเวณวัด จำนวน 5 ท่าน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์วัด จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัด จำนวน 15 ท่าน

ผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก สามารถนำไปส่งเสริมการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชมวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารผ่านแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่สามารถอ่านข้อมูลผ่านตัวหนังสือและผ่านสื่อวิทัศน์ สื่อโลกความจริงเสมือน (Augmented Reality: AR) และจักรวาลสมมติ (Metaverse) จากอุปกรณ์เทคโนโลยี สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวที่ทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกเทคโนโลยี ซึ่งครอบคลุมต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย 2) ความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.54$) โดยชั้นศึกษาสภาพและความต้องการการรับรู้ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$, $SD=0.47$) ชั้นการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.50$) และชั้นการประเมินผลการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$, $SD=0.67$)

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวสื่อสังคมออนไลน์ เทคนิคการเล่าเรื่อง วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

Abstract

Research aimed was to develop and study opinions of tourism models from sharing on social networks together with the storytelling technique for the case study of Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in Phitsanulok. The researcher used a research and development methodology, the research tools were 1) an assessment of opinions on travel patterns from social network sharing together with storytelling techniques for the case study of Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in Phitsanulok by 5 experts in tourism aspect



from social network sharing and 2) gathering information from 5 Wat entrepreneurs ,3 Wat public relation officers and 15 Wat tourists.

The results showed that: 1) A travel model from social network sharing together with storytelling techniques for the case study of Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in Phitsanulok, it can be used to promote the design of public relations media about Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in order to make travel decisions and attract the attention of tourists to visit the temple through publicity brochures that can be read through text, video media, Augmented Reality (AR) and Metaverse from smart phone technology devices, computers, modern traveler's mobile device that easy to access and support the changes of technological world which covers tourists of all age groups. 2) The experts comment on travel patterns from social network sharing and storytelling techniques for the case study of Phra Sri Mahathat Woramahawiharn Temple in Phitsanulok. Overall, it was at a high level ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.54$). Among them, the stage of studying and cognitive needs was at the highest level ($\bar{X}=4.67$, $SD=0.47$). Design stage and develop a medium for awareness was at a high level of ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.50$) and the perception evaluation stage is at a high level ($\bar{X}=4.33$, $SD=0.67$).

Keywords: tourism social media, story telling, Wat Phra SriMahathat Woramahavihen Phitsanulok Province

บทนำ

การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวสูงมีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทั้งในด้านของทรัพยากรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา อันแสดงถึงอารยธรรมความเจริญของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม ซึ่งมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถสร้างภาพลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้สามารถดึงดูดความนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง พงนา บุญคุ้ม (2557) แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีความแตกต่าง ๆ กันในแต่ละสังคมถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่

มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะประเพณี ความเชื่อ และศาสนา จึงเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวไปสัมผัสถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่และเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

จังหวัดพิษณุโลกเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอยู่ในลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างที่มีร่องรอยอารยธรรม ธรรมชาติ และยังมีประติมากรรม “พระพุทธชินราช” พระพุทธรูปที่ได้รับการยกย่องว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทยตั้งอยู่ที่วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ขนาดหน้าตักกว้าง 5 ศอก 1 คืบ 5 นิ้ว และสูง 7 ศอก หล่อขึ้นมาร่วมการสร้างเมืองพิษณุโลกและสร้างวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร ใน พ.ศ.1900 จากพระราชดำริของพระมหากษัตริย์ผู้ครองกรุงสุโขทัยในสมัยนั้นจึงเป็นจุดยึดเหนี่ยวจิตใจที่สำคัญที่อยู่คู่บ้านคู่เมืองของชาวจังหวัดพิษณุโลกมาจนถึงปัจจุบัน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารมีความโดดเด่นและได้รับความนิยมอย่างสูงของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชม ศึกษาเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยสถานการณ์ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการสืบค้นข้อมูลให้หลายช่องทางและหลายรูปแบบซึ่งยังขาดลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูลที่เกิดการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอยู่มาก พบได้จากข้อมูลในการศึกษางานวิจัยในช่วงปี พ.ศ.2558–2563 พบว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวยังมีเนื้อหา มุ่งเน้นข้อมูลกลาง ๆ และแบบกว้าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ที่ยังขาดความ น่าสนใจ เอื้อต่อการแสวงหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวน้อยและเอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไม่มากนัก เมื่อนักท่องเที่ยวหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เข้าถึงได้ ยากซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของจังหวัดพิษณุโลก

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่ตอบสนองกับการสร้าง สายสัมพันธ์โยงใยให้เราได้เจอกับคนที่คุยกันในเรื่องที่สนใจได้อย่างคอบเดียวกัน สามารถสร้างสรรค์สังคม ใหม่ ๆ ให้กับทุกคนสามารถเชื่อมโยงการเข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตอบสนองรูปแบบ ชีวิตของมนุษย์ยุคปัจจุบันกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม (2558) และจากผลการสำรวจ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในเดือนมกราคม พ.ศ.2565 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 62.5 จากการสำรวจ เมื่อเปรียบเทียบกับเป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2555–2565 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี และปัจจุบัน เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การปรับเปลี่ยนและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้ทุกวัน เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นวิทยาการที่ ผสมผสานความเป็นจริง (Real World) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual World) เสมือนเราไปอยู่บนสถานที่ นั้นในโลกของความเป็นจริงผ่านอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เคลื่อนที่อื่นที่

สามารถนำมาแสดงผลของโลกความจริงเสมือน หรือ Augmented Reality (AR) เพื่อวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ (พนิดา ตันศิริ, 2553)

การเล่าเรื่อง (Storytelling) วิธีการจัดการความรู้ในการดึงเอาความรู้หรือประสบการณ์ที่อยู่ภายในตัวของผู้ออกมาถ่ายทอดให้บุคคลอื่น ซึ่งปัจจุบันมีการนำมาผสมผสานเข้ากับสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมักเรียกว่าการเล่าเรื่องโดยใช้สื่อดิจิทัล (Digital Storytelling) มีแนวคิดพื้นฐานมาจากการเล่าเรื่องโดยมีการนำมาปรับใช้กับงานในหลายรูปแบบ เช่น งานสื่อมวลชน การเรียนการสอนในห้องเรียน การทำสื่อการตลาดการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ เป็นต้น การเล่าเรื่องดิจิทัลเป็นการเล่าเรื่องโดยการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ใช้กับเรื่องราวซึ่งปรากฏในรูปแบบของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ ได้รับการถ่ายทอดผ่านทางออนไลน์ จากบทความ SHARE YOUR STORY: A How to Guide for Digital Storytelling ระบุว่า การเล่าเรื่องโดยใช้สื่อดิจิทัล (Digital Storytelling) อยู่รอบตัวเรา ทั้งในวิดีโอ และโฆษณา ที่มีการใช้คำพูดรวมเข้ากับภาพเพื่อแบ่งปันเรื่องราวที่มีความหมายในกลุ่มคนหมู่มาก การเล่าเรื่องราวโดยใช้สื่อดิจิทัล (Digital Storytelling) ช่วยให้เข้าถึงผู้คนไม่ว่าเขาจะอยู่ที่ใดเราสามารถเรียนรู้เรื่องราวนั้นได้จากอุปกรณ์เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เคลื่อนที่อื่น ๆ ได้

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และถ่ายทอดเรื่องราวของวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลกผ่านการเล่าเรื่องโดยใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะเหมือนเป็นการกระตุ้นการรับรู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างชื่อเสียง สร้างภาพลักษณ์และสร้างรายได้ของจังหวัดพิษณุโลกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

วิธีการวิจัย

1. ศึกษาแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก ศึกษา แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ

เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) โลกความจริงเสมือน (Augmented Reality (AR) จักรวาลภูมิิต (Metaverse) การแบ่งปันบนสังคมออนไลน์และคุณลักษณะและองค์ประกอบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ศึกษาเครื่องมือที่นำมาใช้ในการพัฒนาและศึกษาเครื่องมือที่นำมาใช้ในการประเมินผล โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบการท่องเที่ยวยจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ จำนวน 5 ท่าน

2. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวยจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก มีขั้นตอนดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการท่องเที่ยวยจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ขั้นที่ 1 ศึกษาสภาพและความต้องการการรับรู้

ศึกษาสภาพและความต้องการการรับรู้ข้อมูลข่าวสารวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก โดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายที่ขายสินค้าในบริเวณวัด จำนวน 5 ท่าน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์วัด จำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัด จำนวน 15 ท่าน ที่สะดวกตอบคำถามสอบถามข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความต้องการการนำเสนอข้อมูลและพฤติกรรมความต้องการเข้าถึงข้อมูล จากการสอบถามข้อมูล พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวมักสอบถามข้อมูลการปิด-เปิดของวัด ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนต่าง ๆ ในบริเวณวัด เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์วัดให้ความเห็นว่า ส่วนใหญ่จากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะมีทั้งที่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตก่อนการเดินทางมายังวัด และไม่ได้มีการหาข้อมูลก่อนการเดินทาง เมื่อเดินทางมาถึงวัดจึงมักจะสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายในวัดกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในวัด เช่น กิจกรรมทางศาสนา รวมไปถึงร้านอาหารทั้งในบริเวณวัดและรอบบริเวณวัด เพื่อประกอบการตัดสินใจและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้ความเห็นในมุมมองของการเข้าถึงข้อมูลวัดที่มีความคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับข้อมูลของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลก เช่น ข้อมูลประวัติความเป็นมา เวลาปิด-เปิดของวัด สถานที่ต่าง ๆ ภายในวัด ข้อมูลการอำนวยความสะดวกและข้อมูลในการเตรียมตัวเข้าชมวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลกจึงทำให้เกิดความกังวลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อเข้ามาถึงวัดนักท่องเที่ยวใช้วิธีการสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายที่ขายสินค้าในบริเวณวัดและจากเจ้าหน้าที่วัดซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วนเนื่องจากเป็นลักษณะของการถามตอบเฉพาะคำถามที่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดความสงสัยในเวลานั้นเท่านั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบแนวทางการแก้ไขปัญหาด้วยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ขั้นที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับการรับรู้

ออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับการรับรู้ด้วยการออกแบบแผนผังประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกที่พัฒนาขึ้น โดยนำเสนอผ่านเทคนิคการเล่าเรื่อง ที่เล่าเรื่องราวของวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกอย่างเป็นลำดับขั้น เริ่มจากการเริ่มเรื่อง (Exposition) กระตุ้นความสนใจ การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) ให้ความรู้ต่อเนื่องภาวะวิกฤติ (Climax) มีจุดที่เร้าความสนใจ ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) เรื่องราว และการยุติของเรื่องราว (Ending) นำเสนอในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ และจักรวาลนิมิต (Metaverse) ผสมผสานกับการถ่ายทอดผ่านโลกความจริงเสมือน (Augmented Reality: AR) ที่ประกอบด้วย AR Code, AR Engine และ Display ลงบนแผ่นพับ

ประชาสัมพันธ์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของทางวัดและให้ข้อมูลที่สำคัญ ๆ ภายในวัดและบริเวณใกล้เคียงของ วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลการรับรู้

การประเมินผลการรับรู้โดยให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกที่สะดวกตอบแบบสอบถาม (Convenience Sampling) ตอบแบบสอบถามการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารจังหวัดพิษณุโลกที่มีองค์ประกอบในการประเมินผลการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวจำนวน 5 ด้าน คือ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่อวีดิทัศน์ ด้านการออกแบบสื่อโลกความจริงเสมือน และความสะดวกในการใช้ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบ การท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุ วรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการ เล่าเรื่อง กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก ดังภาพที่ 1 รูปแบบการท่องเที่ยวจากการ แบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัด พิษณุโลก โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปัน บนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องเริ่มจากการเริ่มเรื่อง (Exposition) กระตุ้นความสนใจ การ พัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) ให้เกิดความต่อเนื่องภาวะวิกฤติ (Climax) มีจุดที่เร้าความสนใจ ภาวะ คลี่คลาย (Falling Action) เรื่องราว และการยุติของเรื่องราว (Ending) นำเสนอในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วีดิทัศน์ และจักรวาลนฤมิต (Metaverse) ผสมผสานกับการถ่ายทอดผ่านโลกความจริงเสมือน (Augmented Reality: AR) ที่ ประกอบด้วย AR Code, AR Engine และ Display ลงบนแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของทางวัดและให้ข้อมูลที่สำคัญ ๆ ภายในวัดและบริเวณใกล้เคียงของ วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง กรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก

รูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่อง	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ชั้นศึกษาสภาพและความต้องการการรับรู้	4.61	0.47	มาก
ชั้นการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับการรับรู้	4.44	0.50	มาก
ชั้นการประเมินผลการรับรู้	4.33	0.67	มาก
ภาพรวม	4.48	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.54$) ซึ่งชั้นศึกษาสภาพและความต้องการการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$, $SD=0.47$) ชั้นการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.50$) และชั้นการประเมินผลการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$, $SD=0.67$)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก จากผลการสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องกรณีศึกษาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.54$) ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการแบ่งปันบนสังคมออนไลน์เป็นการพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูลวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก ผ่านการใช้แผนผังประชาสัมพันธ์ที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดความทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกเทคโนโลยี ซึ่งครอบคลุมต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัยสอดคล้องกับ กฎาการ ชูเลมิต (2557) พบว่า สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวมีการตอบรับเป็นอย่างดีเนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อใหม่เป็นอันดับแรกในการค้นหาข่าวสารด้าน

การท่องเที่ยว เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทางง่ายต่อการสอบถามพูดคุยโต้ตอบกับบุคคลอื่นในประเด็นที่ต้องการ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และสอดคล้องกับ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560) ที่พบว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดควรมีลักษณะเป็นสื่อวิทัศน์หรือเว็บไซต์ที่สามารถเล่าเรื่องอธิบายความเป็นมา บอกจุดเด่น บอกเส้นทางให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงได้ง่ายทุกสถานที่ทุกเวลา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สามารถนำรูปแบบที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ให้สำหรับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจากการบินบนสังคมออนไลน์ร่วมกับเทคนิคการเล่าเรื่องในกรณีศึกษาอื่น ๆ เพื่อผลการวิจัยที่หลากหลาย
2. รูปแบบกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปส่งเสริมให้มีการออกแบบสื่อในรูปแบบที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยววัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลกในรูปแบบอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎากร ชูเลมิต. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พจนา บุญคุ้ม. (2557). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(3): 285-296.