

Zeng Ting. (2568). การจัดการการสื่อสารในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
มณฑลไต้หวัน. ดุษฎีนิพนธ์. ปร.ด. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี :
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร.สุริพัฒน์
แก้วตาธนาวัฒนา, ปร.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารและการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไต้หวัน 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไต้หวัน การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 383 คนใน 18 เมืองและอำเภอของมณฑลไต้หวัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ท้องถิ่น ผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งชาวจีนและต่างประเทศ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) มณฑลไต้หวันมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากความหลากหลายทางชาติพันธุ์และมรดกภูมิปัญญาที่โดดเด่น แต่ยังขาดระบบการจัดการการสื่อสารที่เป็นเอกภาพและมีทิศทางชัดเจน การสื่อสารในปัจจุบันมุ่งเน้นภาพลักษณ์ด้านการพักผ่อนมากกว่าการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ภาพลักษณ์ “เกาะท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ยังไม่ชัดเจนเพียงพอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและความจริงใจของข้อมูลมากกว่าการโฆษณาเชิงพาณิชย์ ส่วนผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไต้หวัน ควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ ที่เชื่อมโยงระหว่างสื่อดั้งเดิม กับสื่อใหม่ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลายวัยอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่จริงและน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ควรเน้นความโปร่งใสของสาร การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ และการสร้างแบรนด์วัฒนธรรม เพื่อเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการจัดการการสื่อสารที่มีระบบและมีส่วนร่วมจะช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมณฑลไต้หวันให้เติบโตอย่างมั่นคง พร้อมทั้งสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การจัดการการสื่อสาร, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, มณฑลไต้หวัน, กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ, การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Zeng Ting (2025). **Communication Management in the Development of Cultural Tourism Potential in Hainan Province**. Dissertation Ph.D. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Dissertation Advisor : Dr. Puripat Keawtathanawatthana, Ph.D.

Abstract

The research aimed to: 1) examine communication management and the development of cultural tourism potential in Hainan Province; and 2) explore strategies for enhancing communication management in the development of Hainan's cultural tourism. This study employed mixed-methods research design, integrating both quantitative and qualitative approaches. For the quantitative method, data were collected through questionnaires administered to 383 tourists across 18 cities and counties in Hainan Province, while qualitative method involved in-depth interviews with cultural and tourism administrators, local tour guides, inheritors of intangible cultural heritage, tourism entrepreneurs, and both Chinese and international cultural tourists.

The findings revealed that 1) Hainan Province possessed significant potential for cultural tourism development due to its rich ethnic diversity and unique cultural heritage. However, the existing communication management system lacked coherence and a clear strategic direction. Current communication practices tended to emphasize leisure and recreation rather than the creation of cultural value, resulting in an underdeveloped image of Hainan as a "Cultural Tourism Island." Most tourists placed greater importance on authentic cultural experiences and reliable information than on commercial advertising messages, and 2) the study found that the development of communication management for cultural tourism in Hainan should adopt an integrated communication strategy that effectively connects traditional media with new digital and social media platforms to reach audiences across diverse age groups. Collaboration with cultural influencers and the use of social media could help build an authentic and trustworthy cultural image. Furthermore, communication efforts should emphasize message transparency, promote the creation of a distinctive cultural brand to foster both economic and social sustainability. Overall, the results indicated that systematic and participatory communication management can significantly enhance the cultural tourism potential of Hainan Province, promote stable growth while maintain a balance between cultural preservation and sustainable economic development.

Keywords : Communication Management, Cultural Tourism, Hainan Province, Integrated Communication Strategy, Sustainable Development



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี