

## การพัฒนาฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของชุมชนดอยสะเก็ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปทุมวดี พันธุ์สืบ<sup>1</sup> และ ดวงศิริ ภูมิวิชชุเวช<sup>2</sup>

Pathumwadee Phansuep and Duangsiri Phumvitchvet

### บทคัดย่อ

**บทนำ:** ดอยสะเก็มเป็นชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นปากกลางเมืองเชียงราย เนื่องด้วยมีธรรมชาติล้อมรอบและอุดมด้วยป่าและพันธุ์ไม้หลากหลายชนิด เหมาะกับการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้และพักผ่อนหย่อนใจ อีกทั้งได้รับการพัฒนาให้เป็นพื้นที่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ แต่เนื่องจากบุคคลทั่วไปรวมถึงนักท่องเที่ยวยังไม่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและเข้าไม่ถึงฐานข้อมูลของชุมชนที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลภาษาอังกฤษที่จำเป็นต่อชาวต่างชาติ

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย:** 1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 2. เพื่อพัฒนาเป็นชุดข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้งานชุดข้อมูลภาษาอังกฤษดังกล่าว

**ระเบียบวิธีวิจัย:** ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสานโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นปราชญ์ในชุมชนจำนวน 10 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่จะนำมาคัดเลือกเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลภาษาอังกฤษ จากนั้นใช้แบบประเมินความพึงพอใจในการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มปราชญ์ในพื้นที่ 10 คน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน 10 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย 30 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 50 คน

**ผลการวิจัย:** พบว่า ข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็มที่ได้รับรวบรวมไว้นั้นตอบสนองต่อหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ UNESCO เนื่องจากชุมชนมีที่ตั้งอยู่ใกล้เมือง การเดินทางเข้าถึงสะดวกและได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้วยภาษาไทยอย่างต่อเนื่องจากเทศบาลนครเชียงราย ทำให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมในชุมชน อีกทั้งยังมีโอกาสลงมือทำกิจกรรมและมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนอย่างแท้จริง แต่ยังมีประชาชนบางส่วนรวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ประสงค์ใช้เวลาในการสัมผัสกับธรรมชาติและชุมชน ยังเข้าไม่ถึงข้อมูลของชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งในบริบทของสถานที่และกิจกรรมที่สามารถทำในชุมชนได้ เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมาเป็นจุดเด่นแล้วผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าหากเพิ่ม

### Article History

Received: 24-08-2025; Revised: 16-12-2025; Accepted: 27-12-2025  
<https://doi.org/10.14456/jjsmt.2026.4>

**คำสำคัญ:** การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวภาษาอังกฤษ; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; ชุมชนดอยสะเก็ม

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  
Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University  
E-mail: pathumwadee.pha@crru.ac.th \*Corresponding

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  
Asst. Prof., Faculty of Tourism and Hotel, Chiang Rai Rajabhat University

การประชาสัมพันธ์ชุมชนในรูปแบบอื่นนั้น พบว่าข้อมูลที่จัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโบรชัวร์ขนาดเล็กที่มี qr-code ข้อมูลของชุมชนและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้เวลาในการทำกิจกรรมได้รับค่าความพึงพอใจในภาพรวมมากที่สุด ที่ระดับคะแนน  $\bar{X} = 4.68$  (S.D. = 0.62) โดยจำแนกเป็นความพอใจด้านภาษา ที่ระดับคะแนน  $\bar{X} = 4.66$  (S.D. = 0.65) ด้านเนื้อหา ที่ระดับคะแนน  $\bar{X} = 4.67$  (S.D. = 0.62) และด้านการใช้ประโยชน์ ที่ระดับคะแนน  $\bar{X} = 4.69$  (S.D. = 0.58) **สรุป:** การพัฒนาฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนโดยสะท้อนต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้สามารถทราบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และจะทำให้ชุมชนมีโอกาสพัฒนาและเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวและเป็นการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชนได้อีกช่องทาง อีกทั้งยังเป็นต้นแบบ (Model) สำหรับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนที่ใช้งบประมาณไม่สูงและมีประสิทธิภาพด้วย

## THE DEVELOPMENT OF AN ENGLISH DATABASE FOR CREATIVE TOURISM ACTIVITIES IN DOI SA-KEN COMMUNITY, MUANG DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE

### ABSTRACT

**Introduction:** Doi Saken, a community in Chiang Rai a community developed as an urban forest in Chiang Rai, surrounded by rich natural resources and diverse plant species. It serves as a learning center and a recreational area and has been promoted as a creative learning city. However, general visitors and tourists still lack access to comprehensive information about the community, especially in English. **Objective:** This research aims to study and collect information of English database on local arts, culture, and tourism activities in Doi Saken, Mueang District, Chiang Rai Province; and evaluate user satisfaction with the English-language materials. **Methods:** A mixed-method approach was employed. In-depth interviews were conducted with 10 local experts to gather cultural and tourism-related data, which were then selected and compiled into an English-language database. A satisfaction survey was then distributed to 10 local experts, 10 community-related officials, 30 Thai tourists, and 50 international tourists. **Results:** The community is conveniently located near the city and has been continuously promoted in Thai by the Chiang Rai Municipality. However, both Thai and international tourists seeking nature and cultural experiences still lack access to detailed information about the community's locations and activities. After compiling and selecting creative tourism activities, a small brochure with a QR code linking to community information was developed. The overall satisfaction score was high, with a mean of  $\bar{X} = 4.68$  (S.D. = 0.62). Satisfaction was broken down into: language quality  $\bar{X} = 4.66$  (S.D. = 0.65), content quality  $\bar{X} = 4.67$  (S.D. = 0.62), and usability  $\bar{X} = 4.69$  (S.D. = 0.58). **Conclusion:** The development of an English-language database is a key tool for promoting Doi Saken's tourism to international visitors. It provides essential information about local attractions and activities, helping the community grow in tourism and contributing to its economic development.

**Keywords:** Tourism English database; Creative tourism; Doi Sa-ken community

## 1. บทนำ

แนวโน้มการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีการพัฒนาที่โดดเด่นด้านการบูรณาการกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน และเศรษฐกิจกรรม อีกทั้งยังสามารถยกระดับไปสู่การเป็นโมเดลวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และเป็นต้นแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่นักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่นมากกว่าการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ

ชุมชนลี้ซ๊ะ หมู่บ้านคอยสะเก็น อยู่ในเขตพื้นที่การปกครองของเทศบาลนครเชียงราย ได้รับการพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งเรียนรู้ด้านธรรมชาติและการท่องเที่ยวในชุมชนกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในฐานะ “ปอดกลางเมือง” จากทางเทศบาลนครเชียงรายที่ได้ทำงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (Japan International Cooperation Agency : JICA) หรือ ใจก้า โดยสนับสนุนให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ที่ “คีรีชัย ยามะ” หรือ “วัดคีรีชัย” ซึ่งเป็นวัดที่โดดเด่นตั้งอยู่ตรงเชิงเขา มีความแปลกและดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว เทศบาลนครเชียงราย จึงตั้งคำว่า คีรีชัย มาผสมกับคำว่า “ยามะ” ในภาษาญี่ปุ่นที่แปลว่าภูเขา ออกมาเป็นคำว่า คีรีชัย ยามะ นั่นเองและด้วยความอุดมสมบูรณ์ของป่าและพันธุ์ไม้หลากหลายชนิดที่พบในชุมชนนี้จึงได้รับการขนานนามว่าเป็น “ปอดของเมืองเชียงราย” โดยได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับประชาชน เยาวชน นักเรียน ผ่านเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นระบบนิเวศพันธุ์ไม้ รวมถึงแมลงและนกท้องถิ่น ทั้งยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการพักผ่อนหย่อนใจของผู้สูงอายุ และทางเทศบาลนครเชียงรายมีแผนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว “ป่ากลางเมือง” เพราะมีการสร้างสกายวอล์คในพื้นที่รอบป่าแห่งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินชมธรรมชาติโดยรอบ สำหรับการเข้ามาพัฒนาชุมชนคอยสะเก็น หรือ คีรีชัย ยามะ ของเทศบาลนครเชียงราย ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ทำให้ผลงานเข้าตากรรมการ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน 11 องค์กรที่ผ่านเกณฑ์ “มาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” (Sustainable Tourism Management Standard: STMS) จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.

ในด้านเศรษฐกิจและของดีในชุมชนนั้น ชาวบ้านเองได้ใช้จุดแข็งจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมซึ่งส่วนใหญ่นิยมทำนาและปลูกผักเป็นหลักมาสู่การรวมกลุ่มจัดตั้งศูนย์ศึกษาการทำเกษตรปลอดภัย และกิจกรรมชมบ้านตัวอย่างของเกษตรกรผู้ร่วมโครงการเกษตรปลอดภัย เป็นต้นแบบสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาดูงานและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมทั้งดึงส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในชุมชน เช่น การนวดแผนไทย การทำบายศรีสู่ขวัญและพิธีกรรมสืบชะตามาเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสความหลากหลายอีกด้วย และจุดเด่นที่พลาดไม่ได้คือการกราบไหว้ขอพร “องค์พระธาตุคอยสะเก็น” พระธาตุเก่าแก่ทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งในเมืองเหนือสุดของสยาม พังด้วยตำนานท้องถิ่นที่ชาวบ้านเล่าสืบกันมาเกี่ยวกับความเป็นมาและการสร้างชุมชน นับว่าในชุมชนเพิ่งเริ่มมีการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในช่วงปี 2560 ทั้งด้านการนำชมธรรมชาติและกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย กอปรกับประเทศไทยมีการผ่อนคลายมาตรการต่างๆ ทำให้กระแสการท่องเที่ยวชุมชนเป็นที่นิยมของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่แวะเวียนเข้ามาในชุมชนแห่งนี้ ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่เป็นอย่างมาก

นักท่องเที่ยวยุคใหม่แสวงหาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าการเยี่ยมชมเท่านั้น โดยเฉพาะกลุ่ม Millennials & Gen Z ที่มองหากิจกรรมแบบลงมือทำ เช่น เวิร์กช็อป กิจกรรมนำโดยชุมชน และร่วมงานเทศกาลท้องถิ่น แต่เนื่องด้วยการไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนที่รองรับการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวที่มากพอ โดยเฉพาะฐานข้อมูลภาษาอังกฤษที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงยาก โดยความสำคัญของการเข้าถึงฐานข้อมูลในยุคปัจจุบันเป็นเรื่องที่สะดวกและรวดเร็ว เห็นได้จากการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ โดยใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (ChatGPT) เนื่องจากเป็นระบบออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลในภาษาอังกฤษจำนวนมาก จึงทำให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบ Inbound ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นำเสนอหรือทำการตลาดกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นระบบ ChatGPT จึงเป็นตัวช่วยที่ค่อนข้างดีทีเดียว เช่น ใช้ในการช่วยเขียนเนื้อหาข้อมูลการท่องเที่ยว สำหรับบริษัททัวร์ที่กำลังออกเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ChatGPT ช่วยเขียนโปรแกรมทัวร์ด้วย

คำศัพท์ที่สละสลวยและตรงจริตนักท่องเที่ยวดีดีทีวี หรือ ใช้ในการเขียนบทความด้านการท่องเที่ยวขึ้นหน้าเว็บไซต์ เพื่อประโยชน์ในเชิง SEO (Search Engine Optimization)

เนื่องจากในชุมชนดอยสะเก็มเองยังไม่มีการจัดระบบฐานข้อมูลภาษาอังกฤษให้ชาวต่างชาติได้ศึกษาหรือรับรู้ถึงความสำคัญและความน่าสนใจในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโดยตรงกับชาวชุมชนด้วยภาษาอังกฤษหรือมีเอกสารข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเพิ่มฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนในด้านวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ในหลากหลายช่องทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งถ้ามีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยการพัฒนาฐานข้อมูลที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็มต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้สามารถทราบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และจะทำให้ชุมชนมีโอกาสพัฒนาและเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวและเป็นการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชนได้อีกช่องทางด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อพัฒนาชุดข้อมูลภาษาอังกฤษด้านศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้งานชุดข้อมูลภาษาอังกฤษด้านศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนดอยสะเก็ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

## 3. การทบทวนวรรณกรรม

1. การพัฒนาฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว (Approaches to Database System Development) แนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูล (Guidelines for Database System Development) การออกแบบระบบสารสนเทศจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการออกแบบฐานข้อมูลด้วยฐานข้อมูลที่ได้รับการออกแบบอย่างเหมาะสมจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานภายในหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างดี ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เป็นผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลภายในองค์กรโดยขั้นตอนการพัฒนากระบวนการพัฒนาระบบโดยทั่วไป มีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) วางแผนงาน - โครงการเป็นขั้นตอนแรกในการพัฒนาระบบงานโดยเริ่มจากการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) เริ่มจากการศึกษาความเป็นไปได้ และกำหนดให้การพัฒนาฐานข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์องค์กร 2) กำหนดขอบเขตการดำเนินการ ระบุความจำเป็นในการพัฒนาระบบใหม่ และวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้ใช้งาน 3) การรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Collection and Analysis) โดยกำหนดปัญหาและเงื่อนไขของผู้ใช้งานในการศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ เพื่อออกแบบระบบให้ตรงตามวัตถุประสงค์ 4) การออกแบบ (Design) ระบบฐานข้อมูล มีทั้งแบบจากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และจากบนลงล่าง (Top-down) 5) การทดสอบระบบและนำระบบไปใช้งาน ระบบจะต้องได้รับการทดสอบในทุกๆ ด้านที่ตรวจสอบความถูกต้องของระบบ และจัดอบรมผู้ใช้งาน พร้อมทั้งมีทีมสนับสนุนเมื่อเกิดปัญหา และ 6) การบำรุงรักษา เป็นขั้นตอนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบสารสนเทศสำรองข้อมูลแต่เน้นในการบำรุงรักษาด้วยการกู้คืนระบบ และปรับปรุงฐานข้อมูลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเป็นระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บริเวณอุทยานแห่งชาติ เขาชะเมา-เขาวงการพัฒนาสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง เป็นการดำเนินการเพื่อจัดระบบข้อมูลใน 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและส่วนของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป โดยในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจะเป็นการออกแบบระบบเพื่อจัดทำฐานข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและ

คุณภาพ ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ในทางสถิติ เพื่อติดตามและประเมิน แนวโน้มและทิศทางของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งนี้ โดยใช้รูปแบบของแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย สำหรับในส่วนของการจัดทำฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ อันได้แก่ ข้อมูลกายภาพ ชีวภาพ และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้โปรแกรม ArcView เป็นเครื่องมือในการพัฒนา

ดังนั้น การพัฒนาข้อมูลที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้สามารถรับทราบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจของชุมชน ทำให้ชาวต่างชาติมีความสนใจที่จะร่วมกิจกรรมเรียนรู้ในชุมชนมากขึ้น โดยสรุปแล้ว ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษ คือ รายละเอียดของกลุ่มข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ 1) บริบทของชุมชน ประกอบด้วย ประวัติการจัดตั้ง ระยะเวลาการจัดตั้ง ที่ตั้ง การเดินทาง และจุดเด่นของชุมชน 2) การท่องเที่ยว ประกอบด้วย โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และฐานเรียนรู้ 3) การให้บริการ ประกอบด้วย ที่พัก อาหาร รถบริการ และอื่นๆ 4) การจัดการ ประกอบด้วย คณะกรรมการ รูปแบบการบริหารจัดการ การจัดสรรรายได้ และผู้ประสานงาน

## 2. ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Informatics)

ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาที่เน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว อันประกอบด้วย การเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้เดินทางและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในระบบ Hardware Computer, Software Computer หรือเครือข่ายและการสื่อสารโทรคมนาคม โดยแบ่งประเภทของสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวตามกลุ่มผู้ใช้คือ 1) สารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและราคาสินค้า เป็นต้น 2) สารสนเทศสำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลและประวัติลูกค้า ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น 3) สารสนเทศสำหรับตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ แนวโน้มของความต้องการของลูกค้า แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รายการนำเที่ยว และ 4) สารสนเทศสำหรับหน่วยงานวางแผนการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว เป็นต้น

ประโยชน์ของระบบสารสนเทศไม่เพียงแต่เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ด้วยข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน และบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้วสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยระบบเทคโนโลยีที่ใช้จัดการโหลดผู้เข้าชม สร้างความร่วมมือกับชุมชน และลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการสร้างระบบที่ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารในธุรกิจท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยวใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและบรรลุเป้าหมายการพัฒนา ธุรกิจต้องยอมรับเทคโนโลยีและปรับตัวตามแนวโน้มใหม่ (Nehad Laila Sanju, 2023)<sup>[8]</sup>

โดยสรุปแล้วระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวคือรากฐานสำคัญของ Smart Tourism และ E-Tourism ที่ช่วยให้การดำเนินการระบบธุรกิจของผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลและบริการที่ถูกออกแบบตามพฤติกรรมและความชอบ และภาคการท่องเที่ยวสามารถวางแผนการพัฒนาและบริหารจัดการอย่างยั่งยืนได้

## 3. การส่งเสริมชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้ Cooper (1998)<sup>[3]</sup>; Dickman (1996)<sup>[4]</sup> กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 5As ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง 2) การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวก และความปลอดภัยในการเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และ

ชาวซึ่งในการเที่ยวชม ซึ่งหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร โรงพยาบาล และบริการพื้นฐานที่ช่วยให้การท่องเที่ยวสะดวกสบาย 4) การบริการที่พัก (Accommodation) เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและพร้อมที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่เหมาะสม รวมถึงสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย 5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นเป็นสิ่งเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว และ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยว สามารถทำในช่วงเวลาที่เข้าพัก ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในช่วงเวลาพักผ่อน กิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สอย กิจกรรมทางทะเล และ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเดินป่า ดูนก ส่องสัตว์ และกิจกรรมแสงสีเสียง จะเห็น ได้ว่าองค์ประกอบแต่ละส่วนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเลือกใช้บริการในองค์ประกอบต่าง ๆ รวมถึงสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในยุคปัจจุบันที่พฤติกรรมและความต้องการด้านการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงและมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ร่วมกันรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมที่ต่างจากเดิมได้ให้ข้อมูล รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความพัฒนาเพื่อตอบสนองกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปสามารถมีส่วนร่วมได้ ทั้งหมด 10 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมด้านวัฒนธรรม 2) กิจกรรมด้านศาสนา 3) กิจกรรมเชิงนิเวศ 4) กิจกรรมเชิงเกษตร 5) กิจกรรมเชิงผจญภัย 6) กิจกรรมเชิงกีฬา 7) กิจกรรมเชิงสุขภาพและความงาม 8) กิจกรรมเชิงพักผ่อนหย่อนใจ 9) กิจกรรมเชิงอนุรักษ์ และ 10) กิจกรรมเชิงอาสาสมัคร

Kimbell and Lucy (2014)<sup>[7]</sup> ได้กล่าวถึง การสร้างการบริการแบบมีนวัตกรรมร่วมสมัยเชิงสร้างสรรค์การแข่งขันหรือการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ด้านสังคมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งการสร้างประสบการณ์นั้นเริ่มต้นตั้งแต่การต้อนรับ การออกแบบห้องพักที่น่าสนใจ หรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องเข้าไปมีประสบการณ์ร่วมต้องมีการออกแบบให้ดี สร้างการจดใจและความประทับใจให้ได้ และการสร้างนวัตกรรมการใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมจะส่งผลดีต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและสามารถชักจูงหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมได้ง่ายขึ้น และ เห็นคุณค่าของการบริการมากขึ้นตามลำดับ และสิ่งสำคัญอีกประการคือการสร้างประสบการณ์ด้านการบริการที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมควรทำควบคู่กับการพัฒนากิจกรรมอย่างสม่ำเสมอตามการเรียนรู้ผ่านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กิจกรรมนั้นจะต้องให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ ถึงความเป็นอยู่ วัฒนธรรม และพยายามให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมให้มาก ซึ่งสรุปได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการนั้น ต้องเรียนรู้จากเรียนรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการสร้างจุดเด่นของตนเองเพื่อใช้เป็นเครื่องมือให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ หากสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการเชิงสร้างสรรค์ได้ นักท่องเที่ยวจะเกิดการจดจำที่ดี ซึ่งนำไปสู่การสร้างการตลาดด้านการบริการผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้กำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือการเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจาก การเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่ง ความเชื่อมโยงกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น” (Creative Tourism is travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living cultureจากคานิยามนั้นสุดแดนได้สรุป ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) พบว่า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติซึ่งประกอบด้วย - ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other) - มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน - ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information - transformation

and transformative experiences) - มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม (Cultural experience/ Cross-cultural engagement) - ผ่านประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience) - เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)

ชุมชนโดยสะเก้นเป็นสถานที่ที่เข้าถึงง่าย มีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำ และมีความพร้อมตามหลักของทฤษฎี 5As แต่การจัดเก็บข้อมูลที่นักท่องเที่ยวไปถึงแล้วรับทราบได้ทันทีนั้นไม่มี ผู้วิจัยจึงศึกษาทฤษฎีสร้างรูปแบบข้อมูล (Ontology) เพื่ออธิบายกิจกรรมสร้างสรรค์แบบ open-ended เช่นกระบวนการประกอบหุ่นยนต์ จัดวางองค์ประกอบคือ state, actions, behaviour, cognitive context โดย map เข้ากับ upper ontologies เช่น DOLCE, Cognitive Atlas เพื่อให้สามารถใช้ reasoning เพื่อช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงโครงสร้างของผู้ปฏิบัติได้ และให้โมเดลข้อมูลสำหรับ Creative Work และ Event ซึ่งสามารถนำไปออกแบบ JSON-LD หรือสัมพันธ์กับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น workshop (Event) และผลงาน (Creative Work) พร้อมคุณสมบัติอย่าง เวลา สถานที่ ผู้เข้าร่วม ผลงาน ฯลฯ การเข้ารหัสข้อมูลคุณภาพ (qualitative coding) ใช้วิธีแปลงข้อความบันทึกหรือลักษณะเชิงนามธรรม (archetype) ให้กลายเป็น “โค้ด” หรือหมวดหมู่เชิงแนวคิด เช่น emotion, theme, challenge แล้วจัดเก็บเป็นโครงสร้างข้อมูล (JSON, JSONB) เพื่อสืบค้นและวิเคราะห์เชิงลึก

#### 4. ระบบสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์

Deelert (2015) <sup>[13]</sup> ได้นิยามระบบสารสนเทศประกอบด้วยระบบ (System) ว่าเป็นการทำงานขององค์ประกอบหรือกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายมีขอบเขตของระบบและมีระบบย่อย (subsystem) ที่มีความสัมพันธ์กันระบบสารสนเทศจึงประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อสร้างสารสนเทศสำหรับพนักงานขององค์กรหรือผู้ใช้ในแต่ละระดับโดยมีองค์ประกอบได้แก่ ข้อมูล ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ คน กระบวนการ และการสื่อสาร

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System: MIS) หมายถึง ระบบที่รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีหลักเกณฑ์เพื่อนำมาประมวลผลและจัดรูปแบบให้ได้สารสนเทศที่ช่วยสนับสนุนการทำงานและการตัดสินใจในด้านต่างๆ ของผู้บริหารเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหน้าที่ของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการมี 2 หน้าที่หลักๆ คือ

- 1) รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ
- 2) ประมวลผลข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) ยังสามารถนำมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นระบบ ผ่านคอมพิวเตอร์และสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ ตาราง และภาพ เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการสื่อสารระหว่างองค์กรกับสาธารณชน เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดี โดยอาศัยการสื่อสารสองทางอย่างมีจริยธรรม และการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน

Cutlip et al. (2000)<sup>[5]</sup> กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดด้วยการแสดงออกหรือการดำเนินงานที่ดี มีความรับผิดชอบ บนพื้นฐานของการสื่อสารสองทางที่สร้างความพึงพอใจร่วมกับการประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และจรรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึงประชาชาติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้งการช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรม (ethical communication) เป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงาน

Arphavet (2010) <sup>[11]</sup> แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อบุคคล หมายถึง นักประชาสัมพันธ์ และรวมถึงสมาชิกทุกคนภายในสถาบัน องค์กร และ 2) สื่อคำพูด คือ รูปแบบต่างๆ ของการใช้คำพูดเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์ เช่น การพูดในที่ประชุม การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การประชุมรูปแบบต่างๆ การอภิปรายกลุ่ม การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย การให้โอวาท การอบรมสัมมนา เป็นต้น

การที่ให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้สะดวกและเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น Chamboko et al. (2025)<sup>[2]</sup> กล่าวถึงการใช้แนวทางผสมเชิงคุณภาพ-ปริมาณ เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแรงจูงใจ มีเป้าหมายชัดเจนทั้งด้านความพึงพอใจและความยั่งยืน กลยุทธ์โซเชียลมีเดียช่วยสร้างภาพลักษณ์สถานที่ (destination image), แรงจูงใจเดินทาง (travel intention) และ engagement ได้ดีและให้แนวคิดการใช้งานด้านเนื้อหาที่เน้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (information-rich, entertaining) รวมหลากหลายรูปแบบ เช่น บล็อก วิดีโอ พอดแคสต์ และ UGC (user-generated content) ผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อดึงดูดและรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยใช้การตัดสินใจทางข้อมูล (data-driven) ขจัดข้อจำกัดเรื่องการวัดผลได้ อีกทั้งความสำคัญของ Search Engine Optimization (SEO) ในการทำให้ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษสามารถถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านเครื่องมือค้นหา หรือการใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลเพื่อสร้างเนื้อหาสำหรับเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นการสร้างโมเดลข้อมูลซึ่งทำให้เห็นว่าฐานข้อมูลของชุมชนควรได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นที่เก็บข้อมูล และเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

กล่าวโดยสรุปคือปัจจุบันนี้มนุษย์ได้นำความรู้ ความสามารถของพัฒนาการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยในการเรียนรู้ และคิดค้นสื่อรวมถึงผลิตสื่อที่มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อให้มนุษย์ได้มีความรู้ความสามารถในการผลิตสื่อ รวมถึงการวางแผนการทำงานอย่างมีระบบ การคิดค้นและผลิตสื่อต่างๆ ยังช่วยลดความผิดพลาดของมนุษย์ในเรื่องของการจัดระบบต่างๆ ได้ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาฐานข้อมูลและการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

อีกทั้งความสำคัญของภาษาอังกฤษนับว่ายังคงมีความจำเป็นต่อทุกระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นเมื่อแรกพบปะกับชาวต่างชาติ เมื่อมีการเปิดระบบการค้าเสรีอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการเติบโตก็คือธุรกิจการท่องเที่ยว ยังคงเป็นธุรกิจหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังช่วยเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจให้ลงสู่ฐานรากและทำให้เศรษฐกิจในชุมชนเกิดการหมุนเวียนมากขึ้น และในปัจจุบันชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและศึกษาวิถีชีวิตความเป็นไทยมากขึ้น ยิ่งสื่อให้เห็นว่าภาษาอังกฤษยังคงเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนและประเทศด้วย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. Jitlada and Krissada (2022)<sup>[6]</sup> ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยยกระดับการมีส่วนร่วมและศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดของศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนชุมชน ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวและมีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งองค์กรการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชนโดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวรวมถึงการร่วมรับผลประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การติดตามและประเมินผล ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้แก่ การมีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมการสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการและชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ การแสดงด้านอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พักผ่อน ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและด้านบริการเสริมอื่น ๆ โดยเฉพาะทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ

2. Nittinan (2023)<sup>[9]</sup> ได้วิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม โดยพบว่า ผลการวิจัย เกิดการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิง

สร้างสรรค์ จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ ในจังหวัดสมุทรสงคราม ความสำเร็จในการแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบต่ออย่างยั่งยืนเกิด จากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ชุมชนท้องถิ่นโดยเฉพาะเจ้าของพื้นที่คือชุมชน เป็นกุญแจสำคัญที่มีส่วนในการสำรวจพื้นที่วิเคราะห์ปัญหา ตกลงทิศทางความคิดและแนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมกับทีมวิจัยและร่วมกัน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจุดใหญ่ เพื่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจด้านการกระจายรายได้ในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม และอาจยังผลกระทบในด้านลดปัญหาความหนาแน่นและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ผลกระทบปลายทางของงานวิจัยในเชิงสังคม ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาคีท่องเที่ยวในสมุทรสงครามให้เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ ในอนาคต

3. Phakorn (2021)<sup>[10]</sup> ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนจังหวัดชุมพร 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มตามช่วงอายุ กลุ่มละ 25 คน และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชุมพร เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถามในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ประเมินคุณภาพชุดสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน คือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดชุมพร สามารถแบ่ง ออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่ง วัฒนธรรม 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ออกแบบสื่อเป็น 2 ระบบคือระบบออฟไลน์พัฒนาเป็นปฏิทินท่องเที่ยว โดยใช้ควบคู่กับ ระบบออนไลน์ที่เป็นสื่อ Event Calendar Facebook ประกอบด้วย 1) ภาพและข้อมูลกิจกรรมและ เทศกาล 2) ข้อมูลแสดงช่วงเวลาที่มีเทศกาลและกิจกรรมในจังหวัดชุมพร 3) ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน 4) ภาพและข้อมูลสินค้าประจำท้องที่ โดยจุดเด่นของสื่อออฟไลน์ คือสามารถเห็นข้อมูลภายในปฏิทินได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องใช้อินเตอร์เน็ตมีความสมบูรณ์ในเนื้อหา และจุดเด่นของสื่อออนไลน์คือ มีความยืดหยุ่นของข้อมูลสามารถปรับแก้ไขเนื้อหาได้อย่างเป็นปัจจุบัน ตลอดจนสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาส่วนขยายได้ตามที่ต้องการ

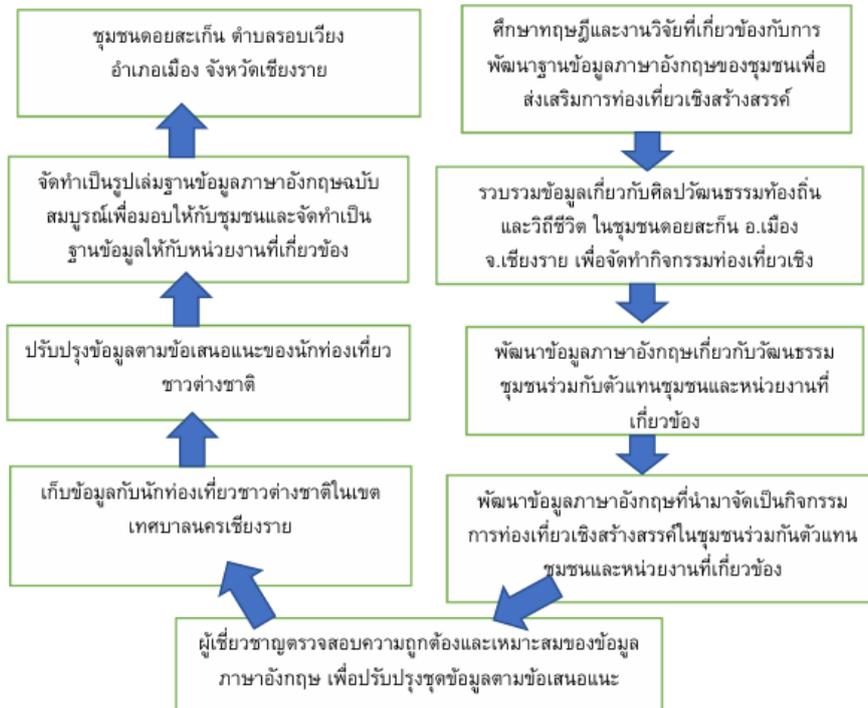
4. Ronavee (2023)<sup>[12]</sup> ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว 2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดนำเที่ยว ในอำเภอเชียงดาว และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลและนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ดในอำเภอเชียงดาว เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ชุมชนจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 17 แห่ง จำนวน 85 คน (แหล่งละ 5 คน) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ตัวแทนชุมชน จำนวน 765 คน จากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 17 แห่ง (แหล่งละ 45 คน) และ 2) นักท่องเที่ยว จำนวน 45 คน ทั้งหมดใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแบบประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ดวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการจัดเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ และข้อมูลเชิงปริมาณโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนรายงานด้วยการพรรณนาประกอบตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพบว่า แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแหล่งมีข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน ตำนานเรื่องเล่าที่แฝงไปด้วยความเชื่อของคนในท้องถิ่น จุดเด่น กิจกรรมที่น่าสนใจ และข้อควรระวังเฉพาะสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแหล่ง 2) ความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาวอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดและ 3) การประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมสื่อ

ภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดเชื่อมโยงกับสื่อคลิปวีดิทัศน์พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยองค์ความรู้จากการวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนำเสนอผ่านนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดที่มีคำบรรยายด้วยภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และทันสมัย ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างยั่งยืน

#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



#### 5. ระเบียบวิธีวิจัย

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้จากการคัดเลือกประชากรโดยใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่

1.1 ประชากรในพื้นที่ 10 คน ได้แก่ ปราชญ์ในชุมชนด้านศิลปวัฒนธรรม 1 คน (ทำผ้าบาติกเพียงคนเดียวในชุมชน) ผู้รู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น 3 คน (กลุ่มทำบายศรีเหลือเพียงกลุ่มสตรีที่คงรวมกลุ่มกันเพียงไม่กี่คน) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3 คน (กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่งเริ่มโครงการจึงยังมีจำนวนคนน้อย) และกลุ่มกิจกรรมทางการเกษตร 3 คน (เป็นเจ้าของแปลงผักสาธิตของชุมชน) คัดเลือกแบบเจาะจง และใช้แบบสัมภาษณ์ประเภท In-depth Interview

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ได้แก่ องค์การการปกครองท้องถิ่น เทศบาลนครเชียงราย 10 คน

1.3 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาในพื้นที่เทศบาลนครเชียงราย ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sample) เพื่อเก็บข้อมูลให้ครบตามความต้องการ คือชาวไทย 30 คน ชาวต่างชาติ 50 คน

## 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดทำเนื้อหา ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม วิถีชีวิต และบริการต่าง ๆ ในรูปแบบภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความเข้าใจและการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว, การส่งเสริมภาพลักษณ์และการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชน

## 3. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ข้อมูลชุมชนดอยสะเก็น ด้านวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาตินิยมเรียนรู้และศึกษา ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ชาวบ้านในพื้นที่ดอยสะเก็น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ขอบเขตด้านพื้นที่ หมู่บ้านดอยสะเก็น ในเขตพื้นที่เทศบาลนครเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

## 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลชุมชน เป็นแบบกึ่งสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล 2 ด้าน ดังนี้ 1) ความเป็นมาและความสำคัญของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมในชุมชน 2) โอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบบประเมินความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลภาษาอังกฤษโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งคนไทยและชาวต่างชาติรวมถึงการผ่านกระบวนการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) แบบประเมินความพึงพอใจต่อฐานข้อมูลภาษาอังกฤษของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนดอยสะเก็น โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจต่อฐานข้อมูล ประกอบด้วยคะแนนใน 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด ระดับ 4 พอใจมาก ระดับ 3 พอใจปานกลาง ระดับ 2 พอใจน้อย ระดับ 1 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

1. เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนดอยสะเก็น ในตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาฐานข้อมูลภาษาอังกฤษ โดยใช้กระบวนการ Focus group
2. ชูฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเกี่ยวกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมในชุมชนดอยสะเก็นเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. นำชูฐานข้อมูลภาษาอังกฤษไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา โดยใช้แบบประเมินที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
4. ปรับปรุงเนื้อหาในชุดข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
5. ลงพื้นที่เพื่อนำชุดข้อมูลภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินความพึงพอใจ
6. ปรับปรุงเนื้อหาในชุดข้อมูลตามข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว และจัดทำเป็นชุดฐานข้อมูลภาษาอังกฤษฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งมอบให้กับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจึงวางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. มีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดแบบ Focus group เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชน และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและเรียนรู้กับชาวชุมชนโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อจำแนกข้อมูลและจัดการข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ ก่อนการสรุปอุปนัย

2. มีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความพึงพอใจต่อชุดฐานข้อมูลภาษาอังกฤษของชุมชนโดยสะท้อนต่อการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

## 6. ผลการวิจัย

### ด้านข้อมูลชุมชนที่น่าสนใจในการนำมาเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

ผลการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชนพบว่า ประวัติความเป็นมาของชุมชนมีเพียงผู้นำชุมชนและเจ้าอาวาสวัด รวมถึงชาวบ้านเพียงกลุ่มเล็กๆ ที่พอจะสืบทอดข้อมูลให้กับบุคคลทั่วไปได้รับทราบ แต่ยังไม่มีการเผยแพร่ หรือจัดเป็นเอกสารข้อมูลที่สามารถสืบต่อให้คนรุ่นหลังได้ ผู้วิจัยจึงทำการบันทึกข้อมูลและสรุปเนื้อหาที่สำคัญของชุมชนและจัดทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ผ่านคิวอาร์โค้ด เพื่อสะดวกต่อการเปิดอ่านข้อมูล และผู้วิจัยทำการสำรวจชุมชนรวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่พอจะจัดเป็นดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจได้ ได้แก่

วิถีเกษตร (Organic Farming) ชุมชนมีการดำรงชีพโดยวิถีการเกษตร การปลูกผักปลอดสารพิษ และในช่วงฤดูหนาวมีการจัดกิจกรรมตลาดนัดท้องถิ่น(ภาคดอยสะเก็ม) โดยชาวบ้านได้นำผักปลอดสาร ข้าวแต่น ข้าวควบ น้ำพริกข่า น้ำพริกปลาร้าแห้งซึ่งทำให้เห็นว่าชุมชนยังคงดำรงชีวิตแบบเรียบง่ายและมีการนำผลผลิตทางการเกษตรของตนเองมาแปรรูปเป็นอาหารเพื่อจำหน่าย

เสน่ห์งานมือ (Handmade with Heart) เรียนรู้การทำบายศรี ผ้าบาติก กระเป๋าผ้า และงานหัตถกรรมจากผ้าบาติก ในลายดอกและลวดลายล้านนาประยุกต์โดยใช้วัสดุผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยอาจารย์นพพลศ รอดสุวรรณ เป็นผู้สอนและให้ความรู้เรื่องการทำผ้าบาติก

ผจญภัยในธรรมชาติ (Nature-based experiences) จุดเด่นของดอยสะเก็มคือป่าชุมชนพระธาตุศิรีชัย มีการเดินป่าศึกษาสมุนไพร พันธุ์ไม้หายาก และสำรวจนกป่า และสกายวอร์คดอยสะเก็ม

และผลิตภัณฑ์ชุมชนคุณภาพ (Locally Made Treasures) เป็นงานฝีมือท้องถิ่น เรียบง่ายแต่เปี่ยมด้วยใจ ได้แก่ น้ำมันกัญชงจากสมุนไพร กระเป๋าและของใช้ถักไหมพรม

โดยแต่ละกิจกรรมมีตัวแทนชุมชนที่พร้อมเป็นผู้ดูแลและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (หากประสานล่วงหน้า) โดยใช้เวลาร่วมกับชุมชนอย่างน้อยตั้งแต่ 2-3 ชั่วโมงขึ้นไป รวมถึงกิจกรรมต่างๆ สามารถเลือกได้ตามความสนใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และผลลัพธ์จากการวิจัยที่รวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนนี้ เพราะเป็นการสร้างกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และมีส่วนร่วมจริง โดยที่มีการพัฒนาฐานข้อมูลภาษาอังกฤษและการแปลเนื้อหาเป็นการจัดการความรู้เพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การปรับปรุงข้อมูลตามข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวสะท้อนแนวคิดการใช้ Feedback Loop เพื่อพัฒนาคุณภาพข้อมูลอย่างแท้จริง

ผลการวิจัยที่ 2 จากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมในการพิจารณาการใช้ฐานข้อมูลทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีการจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชาวบ้านชุมชนดอยสะเก็ม จำนวน 10 คน กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน จำนวน 10 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 30 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 คน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อฐานข้อมูลในภาพรวม พบว่าข้อมูลที่จัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโบรชัวร์ขนาดเล็กที่มี qr-code ข้อมูลของชุมชนและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้เวลาในการทำกิจกรรมได้รับค่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{X} = 4.68$  (S.D. = 0.62) โดยจำแนกเป็นความพอใจด้านภาษา อยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{X} = 4.66$  (S.D. = 0.65) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา มีความพึงพอใจในอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{X} = 4.67$  (S.D. = 0.62) และด้านการใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{X} = 4.69$  (S.D. = 0.58) ตามลำดับ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างชื่นชอบรูปแบบของการสื่อข้อมูลและการเลือกใช้เทคโนโลยีควอาร์โค้ดรวมถึงรูปแบบโบรชัวร์ขนาดเล็กในการนำเสนอข้อมูล ซึ่งมีความเหมาะสมกับบริบทของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

## 7. อภิปรายผล

1. จากการสำรวจและสัมภาษณ์ชุมชน พบว่า ดอยสะเก็ดเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้เมือง เดินทางสะดวก มีอากาศดีและมีทัศนียภาพที่แวดล้อมไปด้วยป่าไม้ ทำให้เป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไปอีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลนครเชียงรายให้เป็นพื้นที่เรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการสืบทอดและเผยแพร่ นั้น พบว่าข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนดอยสะเก็ดยังไม่ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และมีเพียงกลุ่มเล็กๆ เช่น ผู้นำชุมชนและเจ้าอาวาสวัดที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เพื่อรวบรวมข้อมูลสำคัญของชุมชน และเผยแพร่ผ่าน QR Code เพื่อให้เข้าถึงง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ (Rahimi & Haug, 2010)<sup>[11]</sup> กล่าวว่า ฐานข้อมูล คือ ชุดข้อมูลของการเก็บรวบรวมข้อมูลในคอมพิวเตอร์ และในรูปแบบของการกระจายของระบบคอมพิวเตอร์ในการ ร่วมกันในการดำเนินงานบางอย่าง และ (Nittinan et al., 2023)<sup>[9]</sup> การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นโดยเฉพาะเจ้าของพื้นที่คือชุมชน เป็นกุญแจสำคัญที่มีส่วนในการสำรวจพื้นที่ วิเคราะห์ปัญหา ตกลงทิศทางความคิดและแนวทางการแก้ไขปัญหาหารือร่วมกับทีมวิจัยและร่วมกัน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจุดใหญ่ รวมถึงช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาคีท่องเที่ยวในสมุทรสงครามให้เข้มแข็งเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ ในอนาคต ดังนั้น การพัฒนาข้อมูลที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้สามารถรับทราบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจของชุมชน ทำให้ชาวต่างชาติมีความสนใจที่จะร่วมกิจกรรมเรียนรู้ในชุมชนมากขึ้น ส่วนในการพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สำรวจและคัดเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก: (1) วิถีเกษตร (Organic Farming): การปลูกผักปลอดสารตลาดนัดท้องถิ่น “กาดดอยสะเก็ด” และผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน (2) เสน่ห์งานฝีมือ (Handmade with Heart): การเรียนรู้การทำบายศรี ผ้าบาติก และงานหัตถกรรมจากวัสดุท้องถิ่น (3) ผจญภัยในธรรมชาติ (Nature-based experiences): เดินป่าศึกษาสมุนไพร สำรองป่าและนกหายาก และสกายวอร์ค และ (4) ผลิตภัณฑ์ชุมชนคุณภาพ (Locally Made Treasures): น้ำมันกันยูงจากสมุนไพร และของใช้รักษ์โลก โดยกิจกรรมทั้งหมดเก็บเป็นรายละเอียดข้อมูลแยกผ่าน QR Code และมีตัวแทนชุมชนที่พร้อมให้ข้อมูลและดูแลนักท่องเที่ยว โดยใช้เวลาร่วมกิจกรรมอย่างน้อย 2-3 ชั่วโมง และสามารถเลือกกิจกรรมตามความสนใจได้

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อฐานข้อมูลในภาพรวมสะท้อนว่า ฐานข้อมูลและกิจกรรมที่จัดขึ้นได้รับความสนใจและตอบรับในเชิงบวก โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงข้อมูลผ่าน e-book และ QR Code ข้อมูล และความหลากหลายของกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและธรรมชาติคล้ายกับงานวิจัยของ Phakorn (2021)<sup>[10]</sup> พบว่ามีการแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน โดยจำแนกตามการประชาสัมพันธ์ 2 ระบบคือระบบออฟไลน์พัฒนาเป็นปฏิทินท่องเที่ยว โดยใช้ควบคู่กับระบบออนไลน์ที่เป็นสื่อ Event Calendar Facebook และจุดเด่น

ของสื่อออนไลน์คือ มีความยืดหยุ่นของข้อมูลสามารถปรับแก้ไขเนื้อหาได้อย่างเป็นปัจจุบัน ตลอดจนสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาส่วนขยายได้ตามที่ต้องการ จึงทำให้งานวิจัยโดยสะกั้นนี้ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างเพราะเข้าถึงสะดวกและได้รับข้อมูลที่กระชับตามที่ต้องการ ข้อมูลของชุมชนและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้เวลาในการทำกิจกรรมได้รับค่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{x} = 4.68$  (S.D. = 0.62) ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้ (2.1) ด้านการใช้ภาษา มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{x} = 4.66$  (S.D. = 0.65) เนื่องจากเป็นการให้ข้อมูลแบบสรุปและเข้าใจง่ายอีกทั้งมีการนำเสนอข้อมูลแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษามีความเหมาะสม โดยใช้คำศัพท์ที่เข้าใจง่าย ลักษณะของภาษามีความ เรียบง่าย กระชับ และสื่อสารได้ชัดเจน (2.2) ด้านเนื้อหา มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{x} = 4.67$  (S.D. = 0.62) โดยเนื้อหามีความชัดเจน ครบคลุม และถูกต้อง โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมในชุมชน มีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ดี (2.3) ด้านการใช้ประโยชน์ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ  $\bar{x} = 4.69$  (S.D. = 0.58) ฐานข้อมูลมีความสะดวกในการใช้งาน โดยเฉพาะการเข้าถึงผ่าน e-book และ QR Code ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือดิจิทัลเป็นอีกช่องทางที่เปิดโอกาสให้ชุมชนที่ไม่มียังงบประมาณมาก สามารถสร้างเนื้อหาคุณภาพ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอ เรื่องราววิถีชีวิต และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์โดยไม่ต้องพึ่งสื่อกระแสหลัก การใช้ Content Marketing และ Social Media Marketing ทำให้ชุมชนสามารถสื่อสารอัตลักษณ์และกิจกรรมสร้างสรรค์ของตนเองได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่แข่งขันได้กับแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ โดยที่เครื่องมือดิจิทัลไม่เพียงช่วยลดช่องว่างทางดิจิทัล แต่ยังสร้างความเท่าเทียมในการประชาสัมพันธ์ ให้ชุมชนท่องเที่ยวขนาดเล็กสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เนื้อหาและแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นตัวขับเคลื่อน

## 8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษที่อิงจากข้อมูลภาษาไทย ได้รับองค์ความรู้ 1) เป็นการรวบรวมและแปลงข้อมูลท้องถิ่นให้เป็นภาษาอังกฤษช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนคนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลและร่วมพัฒนาเนื้อหา 3) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว: ฐานข้อมูลที่พัฒนาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผ่านแผ่นพับขนาดเล็กที่มี การนำข้อมูลมาสร้างเป็น qr-code เพื่อสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล และ 4) การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของชุมชน การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสากลช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว

โดยเมื่อสร้างฐานข้อมูลไทยและมีการนำมาสร้างฐานเป็นฐานข้อมูลภาษาอังกฤษด้วยนั้นได้รับความพึงพอใจมากที่สุดเนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว เหตุเพราะปัจจุบันนี้คนทั่วไปมีโทรศัพท์ติดตัวเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน โดยที่ชุมชนได้นำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยขับเคลื่อนให้ วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตซึ่งเป็นแกนหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถสื่อสารไปยังโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจกลับคืนสู่ชุมชน แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเมื่อชุมชนเป็นเจ้าของเนื้อหาและข้อมูล และนำเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ใน ฐานะ “เครื่องมือส่งผ่าน” ไม่ใช่ “ปลายทาง” การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ ออกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ, สร้างรายได้ที่เป็นธรรมและยั่งยืนและพัฒนาเป็น ต้นแบบที่ชุมชนขนาดเล็กอื่น ๆ นำไปปรับใช้ได้ โดยปรับตามบริบทตนเอง

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำฐานข้อมูลภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น หรือแพลตฟอร์มการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก
2. ควรจัดกิจกรรมอบรมหรือเวิร์กช็อปให้คนในชุมชนได้เรียนรู้การใช้ฐานข้อมูล รวมถึงการสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
3. มีการบูรณาการกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
4. การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, YouTube เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ
5. การพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ โดยนำเนื้อหาภาษาอังกฤษจากฐานข้อมูลไปใช้เป็นสื่อการเรียนรู้ในโรงเรียน หรือศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น
6. การต่อยอดสู่การพัฒนาแอปพลิเคชัน พิจารณาพัฒนาฐานข้อมูลให้สามารถใช้งานผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำฐานข้อมูลภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นไปใช้จริงในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การจัดทัวร์ การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และการจัดนิทรรศการท้องถิ่น
2. นำฐานข้อมูลไปใช้เป็นสื่อการเรียนรู้ในโรงเรียนหรือศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น
3. พัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ใช้ฐานข้อมูลนี้เป็นแหล่งข้อมูลหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและทันสมัย
4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลให้มีความสมบูรณ์และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง
5. จัดอบรมให้คนในชุมชนมีความรู้ในการใช้ฐานข้อมูล รวมถึงการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
6. ควรมีการประเมินผลการใช้งานฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงของชุมชน
7. วิเคราะห์ว่าการใช้ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษช่วยเพิ่มรายได้และสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมในชุมชนอย่างไร พร้อมศึกษากลไกที่ทำให้ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของข้อมูลและร่วมออกแบบแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างความยั่งยืนและศึกษาว่ากรณีโดยละเอียดสามารถเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นปรับใช้ได้อย่างไร และปัจจัยที่ทำให้สำเร็จหรือไม่สำเร็จ และสร้างตัวชี้วัดที่ครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อใช้ประเมินผลในระยะยาว

## REFERENCE

- [1] Arphavet, W. (2010). *Principles of advertising and public relations* [In Thai]. Odean store.
- [2] Chamboko, M. M., & Tichaawa, T. (2025). Tourist - Centric Framework to Align Digital Marketing Strategies in Tourism. *An International Interdisciplinary Journal*, 73(3), 429 - 448  
<https://doi.org/10.37741/t.73.3.3>
- [3] Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*.
- [4] Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text* (2nd ed.) Hodder Education.
- [5] Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective public relations* (8th ed.). Prentice Hall.
- [6] Jitlada, T., & Krissada, C. (2022). *Creative tourism management to enhance community participation and tourism potential in Pathum Thani Province* [Article in Thai]. Rajabhat Krung Kao Research Journal, 9(1), 111–124.
- [7] Kimbell & Lucy. (2014). *The Service Innovation Handbook*. BIS Publishers.
- [8] Nehad Laila Sanju. (2023). Trends of Information Systems in Tourism: A Review of Literature. *International Journal of Research and Review*, 10(12), 21 – 37.
- [9] Nittinan, S., Pornkanok, S., & Janejira, B. P. Soongnoen. (2023). Promoting creative tourism in secondary cities: Linking small communities to larger ones through digital media in Samut Songkhram Province [Article in Thai]. *Journal of Liberal Arts, Mahidol University*, 6(1), 190 - 222.
- [10] Phakorn, P. (2021). *Development of a public relations media set for community tourism in Chumphon Province* [In Thai] [Unpublished master's thesis]. Srinakharinwirot University
- [11] Rahimi, S. K., & Haug, F. S. (2010). *Distributed database management systems: A practical approach*. Wiley & IEEE Computer Society.
- [12] Ronavee, P. (2023). Development of an English-language tourism application for sustainable community tourism in Chiang Dao District, Chiang Mai Province [Article in Thai]. *Sangkomkam Graduate Journal*, 8(2), 33 – 45.
- [13] Deelert, S. (2015). *Management Information Systems* [In Thai]. Silpakorn University.