

การพัฒนาวัตกรรมการสื่อภาษาอังกฤษ  
ในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน  
ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่  
Development of English Media Innovation in Form of  
Tour Guide Application for Sustainable  
Community-based Tourism in Chiang Dao District,  
Chiang Mai Province



รณวีร์ พาผล

Ranavi Papol

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Corresponding Author, E-mail: ranavi\_pap@cmru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว 2) เพื่อพัฒนาวัตกรรมการสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันควอาร์โค้ดนำเที่ยว ในอำเภอเชียงดาว และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลและนวัตกรรมการสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควอาร์โค้ดในอำเภอเชียงดาว เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ชุมชนจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 17 แห่ง จำนวน 85 คน (แหล่งละ 5 คน) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ตัวแทนชุมชนจำนวน 765 คน จากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 17 แห่ง (แหล่งละ 45 คน) และ 2) นักท่องเที่ยว จำนวน 45 คน ทั้งหมดใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแบบประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมการสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควอาร์โค้ด วิเคราะห์ข้อมูล



เชิงคุณภาพโดยการจัดเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ และข้อมูลเชิงปริมาณ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนรายงานด้วยการพรรณนาประกอบตัวอย่าง

ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนพบว่า แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแหล่งมีข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน ตำนานเรื่องเล่าที่แฝงไปด้วย ความเชื่อของคนในท้องถิ่น จุดเด่น กิจกรรมที่น่าสนใจ และข้อควรรู้เฉพาะสำหรับ แหล่งท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแหล่ง 2) ความพึงพอใจต่อคู่มือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาวอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ บุคลากรในชุมชน ( $\bar{X}=4.66$ ; S.D.=0.28) นักท่องเที่ยว ( $\bar{X}=4.26$ ; S.D.=0.52) และ ชุมชนผู้ให้ข้อมูล ( $\bar{X}=4.67$ ; S.D.=0.28) และ 3) การประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดเชื่อมโยงกับ สื่อคลิป์วิดีโอที่ค้นพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก บุคลากรใน ชุมชนมีความพึงพอใจ ( $\bar{X}=4.37$ ; S.D.=0.50) นักท่องเที่ยว ( $\bar{X}=4.33$ ; S.D.=0.67) และ ชุมชนผู้ให้ข้อมูล ( $\bar{X}=4.22$ ; S.D.=0.43) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายช้อกลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด องค์ความรู้จากการวิจัย คือ แหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นคู่มือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนำเสนอผ่านนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดที่มีคำบรรยายด้วยภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และทันสมัย ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน และดึงดูดความ สนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษ; แอปพลิเคชันนำเที่ยว; การท่องเที่ยวชุมชน อย่างยั่งยืน

## Abstract

The objectives are (1) to study and collect information as handbook of community-based tourist attractions in Chiang Dao; 2) to develop English media innovation in the form of tour guide application, QR code for sustainable community-based tourism in Chiang Dao; and 3) to evaluate the satisfactions on English media innovation in the form of

tour guide application, QR code for sustainable community-based tourism in Chiang Dao district. It is a mixed research. The key informants used for qualitative research is of 85 villagers from 17 tourist attractions (5 villagers per each) and sample group used for quantitative research is of 1) 765 villagers' representatives from 17 tourist attractions (45 villagers per each) and 2) 45 tourists in the tourist attractions. All are conducted by purposive random sampling. The research instruments used in the research are the semi-structured interviewing form and the questionnaire of satisfaction on information as handbook of community-based tourist attractions, and English media innovation in the form of tour guide application, QR code for sustainable community-based tourism in Chiang Dao District. The qualitative data are analyzed by classifying its content into issues and categories, and quantitative data by statistical package program such as mean, percentage, and standard deviation. In addition, it is performed by content analysis and then written a report by describing the example.

The research results are found that (1) the study and collection of information as handbook of community-based tourist attractions are found that the tourist attractions have essential information of their history, importance, legend under locals' beliefs related to their way of life, highlights, interesting activities, and specific information of each tourist attraction; (2) the satisfaction on information as handbook of community-based tourist attractions in Chiang Dao district is in average, at much to most level, the villagers in the communities had their satisfaction ( $\bar{X}=4.66$ ; S.D.=0.28), the tourists ( $\bar{X}=4.26$ ; S.D.=0.52), and the informant villagers ( $\bar{X}=4.67$ ; S.D.=0.28); (3) the satisfaction on English media innovation in the form of tour guide application, QR code are found that all have their satisfaction at much level, the villagers in communities ( $\bar{X}=4.37$ ; S.D.=0.50), the tourists ( $\bar{X}=4.33$ ; S.D.=0.67), and the informant villagers ( $\bar{X}=4.22$ ; S.D.=0.43) respectively. However, when considering each of the items in the questionnaire, the respondents are

satisfied in average, at much to most level. The body of knowledge gained from the research is that community-based tourist attractions are abundant with community-based tourism resource that can be made as handbook of community-based tourist attractions. It is also presented through English Media Innovation in Form of Tour Guide Application: QR Code through English caption understandable, accessible, and updated for all and it is promotion of sustainable community-based tourism. Furthermore, it is effectively attracted the attention of tourists and the promotion of sustainable community tourism.

**Keywords:** English Media Innovation; Tour Guide Application;  
Sustainable Community-based Tourism

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลักที่ช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย การวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศจึงมีความจำเป็นเพื่อเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560: 4-17) เห็นได้ชัดจากการกำหนดกรอบแนวคิดด้านการท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (2561) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ที่มุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการล้มแล้วลุกไว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาประกอบด้วย การพร้อมรับหรือระดับอยู่รอด แก้ไขข้อจำกัดหรือจุดอ่อนที่มีอยู่ รวมถึงการสร้างความพร้อมทุกระดับการปรับตัวหรือระดับพอเพียง ปรับเปลี่ยนปัจจัยเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืนหรือระดับยั่งยืน ผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเพื่อเสริมสร้างความสามารถของบุคคลและสังคมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีคุณภาพและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทยในการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ตลอดจนส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของ

ประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้าง ความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561: 2)

การท่องเที่ยวภาคเหนือมีการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติอันโดดเด่น มีสภาพภูมิสังคมเป็นภูเขาสูง มีทัศนียภาพสวยงาม มีอากาศเย็นสบาย มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มีวัฒนธรรมที่งดงามเป็นเอกลักษณ์ และผู้คนมีความเป็นมิตร เป็นประตูเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ประเทศเพื่อนบ้าน จึงดึงดูดให้นักท่องเที่ยว หลั่งไหล เข้ามาอย่างต่อเนื่อง และเริ่มขยายตลาดท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (คณะกรรมการ บูรณาการนโยบายพัฒนาภาค (ก.บ.ภ.), 2561: 6-7) จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มี ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ในปี พ.ศ. 2558 ได้รับรางวัล Best Destination เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน และงาน มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับของจังหวัดเชียงใหม่ได้รับรางวัล Flower Festival of The Year จาก International Garden Tourism Network ของยุโรป ในปี พ.ศ. 2559 ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก (World's Best Awards) ของนิตยสารทราเวล แอนด์ เลขเซอร์ (สหรัฐอเมริกา) มีทั้งหมด 25 อันดับ ซึ่งจังหวัด เชียงใหม่ เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ของเอเชีย และเป็นอันดับที่ 2 ของโลก (จังหวัดเชียงใหม่, 2561: 3) การเติบโตของการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบหาข้อมูล และกระแส ดิจิทัลและการเติบโตของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้คนทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ โดยสะดวก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย (บริษัท เอฟพีเน็ต, 2559: 141)

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและพัฒนาชุมชน ส่งเสริม คุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมการทำงานร่วมกันของคน ในชุมชนทุกเพศทุกวัยให้มีบทบาททุกภาคส่วน สร้างความภูมิใจให้คนในชุมชน อีกทั้ง ยังเป็นเครื่องมือฟื้นฟูวัฒนธรรม สืบทอด และเผยแพร่ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างชุมชนและผู้มาเยือน (พจนา สวนศรี และคณะ, 2557: 1) การเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนเป็นสิ่งง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจ เนื่องจากการเปลี่ยนรูปแบบของ การท่องเที่ยวจากออฟไลน์ (Offline) มาสู่ออนไลน์ (Online) ผ่านความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีเมื่อเทคโนโลยีพร้อมรองรับ และผู้บริโภคพร้อมใช้และเชื่อมั่นในการใช้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจึงปรับตัวจากออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ใน ปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

อนึ่ง ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นภาษาหลักในการสื่อสาร เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศชาติโดยรวม (ยุพาภรณ์ พิริยศิลป์, 2557: 17) งานวิจัยนี้จึงเน้นมุ่งศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนำผลของการศึกษามาพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อความยั่งยืน เนื่องจากความต้องการทางด้านภาษาอังกฤษของการท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism; CBT) ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยว ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จึงจำเป็นต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ตนมีได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็วและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันคือนำเที่ยวควิวาร์โค้ด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลและนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิวาร์โค้ด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

### ระเบียบวิธีวิจัย

1) รูปแบบการวิจัย การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสานวิธี โดยการใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใต้หลักการ 5As ได้แก่ สิ่งที่น่าสนใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สถานที่พัก (Accommodation) การบริการ (Amenities) กิจกรรม (Activities) ส่วนขอบเขตด้านพื้นที่ได้ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน 17 แห่งในอำเภอเชียงดาว สำหรับแหล่งข้อมูลจำแนกเป็น 2 ชั้น คือ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ประชาชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน และข้อมูลรายละเอียดของทางราชการเกี่ยวกับแหล่งชุมชนนั้น ๆ (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลการศึกษารวบรวมจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวมถึงข้อมูลทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2) ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ/กลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17 แห่ง ได้แก่ (1) วัดถ้ำเชียงดาว (2) ถ้ำหลวงเชียงดาว (3) วัดถ้ำผาปล่อง (4) น้ำพุร้อนบ้านยางปู่โต๊ะ (5) วัดพระธาตุปู่กำ (6) บ่อน้ำร้อนโป่งอาง (7) น้ำตกศรีสังวาลย์ (8) พระสถูปเจดีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชานุสรณ์ (9) ดอยหลวงเชียงดาว (10) บ้านนาเลาใหม่ (11) น้ำออกภูแห่งชุมชนบ้านทุ่งหัวช้าง (12) เมืองคอง (13) วัดอรัญจวมเมฆ (14) ศูนย์ฝึกช้างเชียงดาว (15) บ้านต้นไม้แม่แมะ (16) แก่งปันเต้า และ (17) มะขามป้อมอาร์ตสเปซ สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 17 แห่ง จำนวน 85 คน (แหล่งละ 5 คน) ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ตัวแทนชุมชนจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 17 แห่ง รวมจำนวน 765 คน (แหล่งละ 45 คน) และ 2) นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 17 แห่ง รวมจำนวน 45 คน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบสุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์

3) เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย

(1) คู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ให้เป็นหมวดหมู่แล้วจัดทำเป็นคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยจัดเรียงเรียงเนื้อหาเป็นภาคภาษาไทยและภาคภาษาอังกฤษ และมีรายละเอียดภาพประกอบ แล้วตรวจสอบความถูกต้อง แก้ไขปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบของเนื้อหา ความยากง่ายของภาษาที่ใช้ ให้เหมาะสมตามคำแนะนำของชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ

(2) แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และสร้างแบบสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอร่างแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบแล้วปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้

(3) นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควออาร์โค้ด ผู้วิจัยได้นำเนื้อหาในคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมาเรียบเรียงเป็นคำบรรยายใช้ในการสร้างสื่อวีดิทัศน์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยโปรแกรมการทำสื่อวีดิทัศน์ จำนวน

17 คลิป แล้วบันทึกเก็บไว้ในระบบสารสนเทศของโปรแกรมยูทูป (YouTube.com) แล้วสร้างรหัสข้อมูลคิวอาร์โค้ด จากที่อยู่ (URL) สร้างช่องยูทูปภายใต้บัญชีกูเกิล (Google) ของผู้วิจัย เมื่อดำเนินการตามขั้นตอนข้างต้นเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้ทดลองใช้ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ณ จุดบริการ แล้วจึงนำผลการสะท้อนความคิดเห็นจากการ สอบถาม การสังเกต การสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขให้สื่อสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อน นำไปใช้จริง

(4) แบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัย ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็นต่าง ๆ แล้วนำข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ เป็นหมวดหมู่แยกประเด็นแล้วนำมาสร้าง อันประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ระดับความพึงพอใจ ซึ่งแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ประกอบรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และด้านการนำไปประยุกต์ใช้กับแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ด และนำแบบประเมิน ความพึงพอใจเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรง ของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence; IOC) แล้วนำแบบประเมินมาปรับปรุงแก้ไขตาม คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

(5) แบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบ คิวอาร์โค้ด ผู้วิจัยศึกษาศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สื่อคิวอาร์โค้ดแล้วนำข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ เป็นหมวดหมู่เฉพาะประเด็นที่จะ ดำเนินการประเมิน สร้างแบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษเพื่อ นำเที่ยวในรูปแบบคิวอาร์โค้ด โดยจัดทำแบบประเมินเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบประเมิน ซึ่งแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้าน องค์ประกอบโดยรวมของวิดิทัศน์ ด้านเนื้อหาของวิดิทัศน์และการใช้ภาษา และด้าน การประยุกต์ใช้คิวอาร์โค้ดกับสื่อวิดิทัศน์ แล้วนำเสนอแบบประเมินความพึงพอใจให้ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แล้ว ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง อนึ่ง แบบประเมินความพึงพอใจในข้อ (4) และข้อ (5) ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ และแปลความหมายโดยใช้ค่าเฉลี่ย ดังนี้ คือ 4.51-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด 3.51-4.50 หมายถึง ความ พึงพอใจระดับมาก 2.51-3.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง 1.51-2.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย และ 1.00-1.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ น้อย ที่สุด

#### 4) การรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่เป้าหมาย ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้อง ประชุมกลุ่มย่อยกับผู้นำชุมชนและตัวแทนชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินการเก็บข้อมูลวิจัยและกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสร้างเครื่องมือวิจัย

ระยะที่ 2 ขั้นศึกษา ผู้วิจัยลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อเก็บข้อมูลปฐมภูมิและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อสร้างคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนวัตกรรมสื่อแอปพลิเคชันนำเที่ยวในรูปแบบคิดอาร์ไคด์

ระยะที่ 3 ขั้นปฏิบัติการ ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของคู่มือกับกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดำเนินการถ่ายทำสื่อวีดิทัศน์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน แล้วนำมาตัดต่อเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแหล่ง และสร้างคิวอาร์ไคด์เพื่อนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 1 เดือน แล้วติดตามผลระหว่างการทดลองใช้ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนการประเมินความพึงพอใจ

ระยะที่ 4 สรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบคิวอาร์ไคด์ และตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลก่อนการจัดเวทีคืนความรู้สู่ชุมชน พร้อมทั้งนำผลผลิตจากงานวิจัยไปเผยแพร่และให้บริการชุมชน

5) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยการจัดเนื้อหาประเด็นต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ และข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนรายงานด้วยการพรรณนาประกอบตัวอย่าง และวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำผลจากการวิเคราะห์มาจัดหมวดหมู่เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จำนวน 17 แหล่ง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีประวัติความเป็นมา ตำนานเรื่องที่แฝงด้วยความเชื่อของคนในท้องถิ่น

จุดเด่นและกิจกรรม และมีข้อมูลที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะแต่ละแหล่งแตกต่างกันออกไป เนื้อหาได้ถูกรวบรวมแล้วแบ่งเป็นประเด็นสำคัญ คือ 1) ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ข้อมูลประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน 2) ดำเนินเรื่องเล่าที่แฝงไปด้วยความเชื่อของคนในท้องถิ่น 3) จุดเด่นและกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว และ 4) ข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและข้อควรรู้สำหรับแหล่งท่องเที่ยวโดยทำเป็นรูปเล่มและมีสองภาค คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีภาพประกอบพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ พร้อมคิวอาร์โค้ดเชื่อมต่อวีดิทัศน์ในยูทูป ซึ่งเป็นสื่อเคลื่อนไหวและภาพรายละเอียดจากแหล่งท่องเที่ยวจริง

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ดได้ถูกพัฒนาด้วยการเรียบเรียงคำบรรยายซึ่งนำมาจากเนื้อหาในคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นสองภาษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวน 17 คลิป บันทึกเก็บไว้ในระบบสารสนเทศของโปรแกรมยูทูป เชื่อมสื่อวีดิทัศน์ดังกล่าวด้วยคิวอาร์โค้ดที่นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว ผู้สนใจและชุมชนได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ด

3.1 ความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการประเมินมีรายละเอียดดังแสดงในตาราง 1 ดังนี้

ที่	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน			
	กลุ่มตัวอย่างผู้ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ตัวแทนชุมชน	4.66	0.28	มากที่สุด
2	นักท่องเที่ยว	4.26	0.52	มาก
3	ชุมชนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	4.67	0.28	มากที่สุด
	<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.53</b>	<b>0.36</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตาราง 1 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

จากตารางพบว่า ตัวแทนชุมชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.66$ ; S.D.=0.28) แต่มีความพึงพอใจในข้อที่ว่า เนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวมีความครอบคลุม และเวลาการนำเสนอเกี่ยวกับเนื้อหาไม่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.26$ ; S.D.=0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ แต่มีความพึงพอใจในข้อที่ว่า การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสมสื่อความหมายได้ชัดเจนนั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และชุมชนผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.67$ ; S.D.=0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ แต่มีความพึงพอใจในข้อที่ว่า เนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวมีความครอบคลุม และเวลาการนำเสนอเกี่ยวกับเนื้อหาไม่เหมาะสมนั้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.53$ ; S.D.=0.36).

3.2 ผลประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิวาร์โค้ด

ที่	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิวาร์โค้ดและสื่อคลิปวิดีโอ			
	กลุ่มตัวอย่างผู้ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ตัวแทนชุมชน	4.37	0.50	มาก
2	นักท่องเที่ยว	4.33	0.67	มาก
3	ชุมชนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	4.22	0.43	มาก
	<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.30</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 2 ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิวาร์โค้ด

จากตารางพบว่า ตัวแทนชุมชนส่วนมากมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิวาร์โค้ดโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.37$ ; S.D.=0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มากทุกข้อ แต่มีความพึงพอใจข้อที่ว่า การประยุกต์ใช้ควอาร์โค้ดกับสื่อวีดิทัศน์ แผ่นป้ายควอาร์โค้ดได้ถูกติดตั้งในจุดที่เหมาะสมต่อการเข้าถึงและหลังจากการสแกนควอาร์โค้ดสามารถเชื่อมโยงไปยังวีดิทัศน์อย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพึงพอใจต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.33$ ; S.D.=0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ แต่มีความพึงพอใจในข้อที่ว่า การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม สื่อความหมายได้ชัดเจนนั้น อยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนผู้ให้ข้อมูลส่วนมากมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.22$ ; S.D.=0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ แต่มีความพึงพอใจในหัวข้อที่ว่า หลังจากการสแกนควอาร์โค้ดสามารถเชื่อมโยงไปยังสื่อวีดิทัศน์อย่างรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.30$ ; S.D.=0.53)

## อภิปรายผล

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแหล่งพบว่า ข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน ตำนานเรื่องเล่าที่แฝงไปด้วยความเชื่อของคนในท้องถิ่น จุดเด่นและกิจกรรมที่น่าสนใจ และข้อควรรู้เฉพาะสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแหล่ง เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว เช่น ถ้าหลวงเชียงดาว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติความเป็นมาแฝงไปด้วยความเชื่อของชุมชนซึ่งประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีเอกลักษณ์และมีจุดเด่นเฉพาะตัวและสวยงามแปลกตา สอดคล้องผลการศึกษานานฎ เชียงชัย (2558: 87) เรื่องแหล่งท่องเที่ยวประเด็นด้านความดึงดูดความสนใจที่พบว่า วัดพระธาตุลำปางหลวงเป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดลำปางมากที่สุด เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สวยงามและมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ และผลการศึกษานอกกน กุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ชุนศรี (2560: 132) เรื่องอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งในประเด็นด้านดึงดูดความสนใจพบว่า มีความเป็นอัตลักษณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกัน คือ ความเป็นเมืองชายแดน ประวัติศาสตร์ความเป็นมา โบราณวัตถุ กิจกรรม เทศกาลและประเพณีเกี่ยวกับวิถีชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว กล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวชุมชนมี

ต้นทุนด้านการท่องเที่ยวอันล้ำค่า ได้แก่ ประวัติศาสตร์ เรื่องราวเกี่ยวข้องกับวิถีชุมชน รวมถึงศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชุมชน ดังที่ประไพพิมพ์ พานิชสมัย (2560: 67) ได้ศึกษาอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวประเด็นด้านสิ่งดึงดูดความสนใจพบว่า อัตลักษณ์ ได้แก่ เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ก่อให้เกิดวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เป็นผลสืบเนื่องให้เกิดเป็นศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. ความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เนื่องจากข้อมูลสร้างขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชนและมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และคู่มือมีเนื้อหารายละเอียดและมีภาพประกอบทำให้เห็นภาพแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน น่าสนใจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของปิติ ชิตตระการ (2552: 60) ที่พบว่า การอ่านอย่างเดียวโดยไม่มีภาพประกอบสามารถยอมรับได้ แต่ถ้ามีภาพประกอบเนื้อหา คำอธิบายก็จะชัดเจนมากกว่า และถ้ามีข้อความหรือคำบรรยายควบคู่กันไปด้วย จะทำให้ภาพอธิบายมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้เห็นภาพเป็นรูปธรรม ดังนั้น การประยุกต์ใช้คิวอาร์โค้ดในคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทำให้กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว และเมื่อเชื่อมโยงคิวอาร์โค้ดกับสื่อวีดิทัศน์ในคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนก็ยิ่งเพิ่มความสนใจกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นในเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของสรธรา ทองต่อ (2556: 51) ที่พบว่า คิวอาร์โค้ดเป็นสิ่งแปลกใหม่ เป็นเครื่องมือที่ทันสมัยเหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลากหลาย ประหยัดเวลา ใช้งานง่าย รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาคู่มือดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เป็นส่วนหนึ่งของการรักษาแหล่งท่องเที่ยวตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของพจนา สวนศรี และคณะ (2557: 43) ที่ระบุว่า มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือเปิดพื้นที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามาทำงานร่วมกัน เชื่อมโยงอุปสงค์กับอุปทานผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการ รวมถึงนักท่องเที่ยว โดยชุมชนได้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนเสริมความเข้มแข็ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของชุตติ กาญจน กันทะอุ (2560: 55) ที่พบว่า คนในชุมชนมีความสามัคคีและส่วนร่วมในการทำงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน อันเป็นการเปิดโอกาสให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนด้วยการจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมทักษะในเรื่องต่าง ๆ แก่

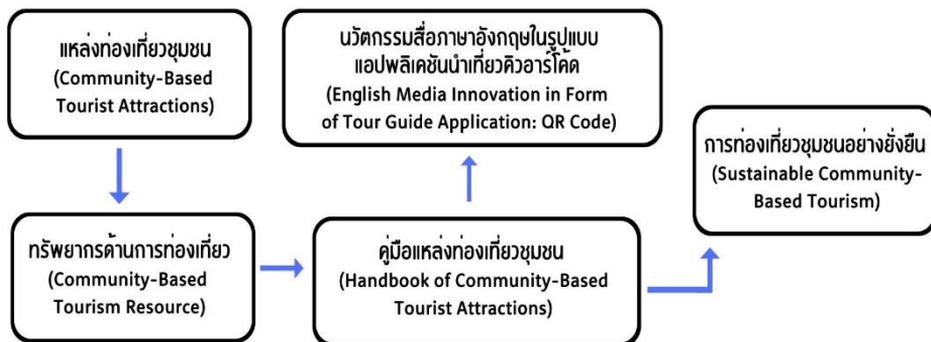
ชุมชน ตลอดจนชุมชนมีเส้นทางที่เชื่อมกับแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง จึงเป็นโอกาสที่จะบูรณาการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไว้ด้วยกันเพื่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าวข้างต้น กลุ่มตัวอย่างจึงมีความพึงพอใจต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

3. ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ด กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการลงพื้นที่วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คิวอาร์โค้ด เมื่อได้ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจึงมีความตื่นตา ประทับใจในความทันสมัยและความสะดวกต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในสื่อภาพที่เคลื่อนไหวได้ ด้านการประยุกต์ใช้คิวอาร์โค้ดกับสื่อวีดิทัศน์ คิวอาร์โค้ดสามารถเชื่อมต่อไปยังวีดิทัศน์อย่างรวดเร็วและถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จากผลวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่า คิวอาร์โค้ดเป็นปัจจัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้สะดวกรวดเร็วทันสมัย ดังที่สรรธารา ทองต่อ (2556: 51) พบว่า คิวอาร์โค้ดเป็นสิ่งใหม่ทันสมัย ใช้งานง่าย ประหยัดเวลาและเหมาะกับสภาพสังคมในปัจจุบัน ซึ่งมีแนวโน้มว่าความต้องการในการใช้คิวอาร์โค้ดจะเพิ่มมากขึ้นตามความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยว ขณะที่การศึกษาของวนัชพร ไกยราช (2561: 53) พบว่า ผู้เข้าชมสวนพฤกษศาสตร์มีความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเพื่อช่วยให้สวนพฤกษศาสตร์มีความน่าสนใจในการหาข้อมูลและช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลรายละเอียดของพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ได้ด้วยคิวอาร์โค้ด ผลการศึกษานี้เป็นไปในทางเดียวกันกับผลการศึกษาของขวัญจุฑา คำบรรลือ (2558: 81) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเชื่อมสื่อวีดิทัศน์ในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับศูนย์รวบรวมสายพันธุ์กล้วยไม้เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดกำแพงเพชร จะเห็นได้ว่า การใช้สื่อแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเชื่อมกับสื่อวีดิทัศน์บนทิกเก็ตไว้ในช่องยูทูปของงานวิจัยนี้สามารถเผยแพร่ในเว็บไซต์ของชุมชนเองเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องผลการศึกษานพเกล้า ยัมสถาน (2553: 149) เรื่องอิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ เพราะทำให้นักท่องเที่ยวหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ง่าย และเมธชนัน สุขประเสริฐ (2558: 74) ที่เห็นว่า ยูทูปเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งที่เป็นสื่อการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่าง

แพร่หลาย ปัจจัยการใช้สื่อออนไลน์ยูทูปส่งผลในเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพราะการนำเสนอสินค้าที่มีภาพและเสียงสามารถโน้มน้าวให้ตัดสินใจซื้อสินค้ายง่ายขึ้น ขณะเดียวกันการศึกษาของรัตนาวงศ์คำสิงห์ (2561: 27) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก รองลงมา คือ ยูทูป และไลน์ ตามลำดับ ฉะนั้น การสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดเชื่อมโยงสื่อวีดิทัศน์กับเว็บไซต์ยูทูป จึงเป็นการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อย่างยั่งยืนได้

### องค์ความรู้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกิดความสมบูรณ์ด้านทรัพยากร ด้านการท่องเที่ยวได้เกิดคู่มือแหล่งท่องเที่ยวโดยนำเสนอข้อมูลผ่านนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ดที่มีคำบรรยายด้วยภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา รวดเร็วและทันสมัย ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างยั่งยืน



ภาพ 1 นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบแอปพลิเคชันนำเที่ยว  
เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

### สรุป

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ด และเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวควิอาร์โค้ด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนแต่ละแห่งมีจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวต่างกันออกไป มีความน่าสนใจแฝงด้วยประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ตำนานเรื่องเล่า ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับวิถีชุมชน พร้อมด้วยกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้น ๆ ซึ่งรวบรวมไว้เป็นคู่มือข้อมูลแล้วนำเสนอในนวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันนำเที่ยวคิวอาร์โค้ด ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนง่ายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการปรับรูปแบบให้มีความทันสมัยด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความพร้อม นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนมีศักยภาพในการให้บริการเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อสื่อ นวัตกรรมสื่อภาษาอังกฤษในรูปแบบของแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดนำเที่ยวและสื่อคลิปวิดีโอที่ค้นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

อย่างไรก็ตาม ชุมชนควรนำคิวอาร์โค้ดที่เชื่อมกับสื่อวีดิทัศน์ไปใช้กับเว็บไซต์ของชุมชนในวงกว้างต่อไป ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถปรับปรุงให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ทั้งสะดวกในการเข้าถึงเพราะติดตั้งในที่สาธารณะ อันเป็นการประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงแหล่งชุมชนได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาประเด็นด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยบูรณาการด้านสื่อมัลติมีเดีย ทักษะภาษาและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยวชุมชนให้ได้มาตรฐานและยั่งยืน

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรมมิ่งพ้องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ขุนศรี. (2560). การวิเคราะห์อัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. 12 (2), 121-143.

- ขวัญจุฑา คำบรรลือ. (2558). *การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับศูนย์รวมสายพันธุ์กล้วยเฉลิมพระเกียรติจังหวัดกำแพงเพชร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค (ก.บ.ภ.). (2561). *แผนพัฒนาภาคเหนือในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2565)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- จังหวัดเชียงใหม่. (2561). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2561-2564)*. เชียงใหม่: จังหวัดเชียงใหม่.
- ชุตติกาญจน์ กันทะอุ. (2560). *การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษาบ้านร่องพอง ตำบลร่องพอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพเกล้า ยิ้มสถาน. (2553). *อิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. ปัญหาพิเศษปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). *การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บริษัท เอฟพีเน็ต จำกัด. (2559). *การวิจัยและพัฒนาโครงการทิศทาง การท่องเที่ยวของประเทศไทยระยะ 10 ปี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ประไพพิมพ์ พานิชสมัย. (2560). *การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิติ ชิตตระการ. (2552). *การใช้ภาพ 3 มิติ และภาพเคลื่อนไหวในการสร้างสื่อการสอนเชิงรุก*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พจนา สวนศรี และคณะ. (2557). *การพัฒนาการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับภูมิภาคอาเซียนสู่ความเป็นสากล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

- เมธชนัน สุขประเสริฐ. (2558). ปัจจัยจากการใช้สื่อออนไลน์ยูทูปที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในประเทศไทย: กรณีศึกษาบิวตี้บล็อกเกอร์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580). (13 ตุลาคม 2561). ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 135 ตอนที่ 82 ก. หน้า 1-70.
- ยุพาภรณ์ พิริยศิลป์. (2557). ความต้องการทางด้านภาษาอังกฤษของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดขอนแก่น. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 9 (2), 16-30.
- รัตนา วงศ์คำสิงห์. (2561). การวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ สถาบันพลศึกษา วิทยาเขตชัยภูมิ. ชัยภูมิ: สถาบันพลศึกษา วิทยาเขตชัยภูมิ.
- วันชพร ไกยราช. (2561). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีควาร์โค้ด เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับสวนพฤกษศาสตร์ วิทยาเกษตรกรรม และเทคโนโลยีพิจิตร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สรธรรา ทองต่อ. (2556). การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมควาร์โค้ด: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.