

การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐาน
อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

Enhancing Chinese Language Media Innovation to Promote Creative
Tourism that Reflects the Community's Cultural Identity in Ko-Kha
District, Lampang Province

สุพรรณษา วงศ์สวัสดิ์¹, นลัท ชินสงคราม², และ ลี ลี³

Supansa Wongsawat¹, Nalat Chinsongkram², and Li Li³

¹ อาจารย์วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยีลำปาง

² อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาลัยภาษาและวัฒนธรรม วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยีลำปาง

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาลัยนานาชาติ วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยีลำปาง

Corresponding Author: hongyok.supansa@gmail.com

Received: October 9, 2025. Revised: December 5, 2025. Accepted: December 29, 2025.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนของท้องถิ่น 2) หาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน และ 3) การพัฒนาสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยผู้ประกอบการในท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ชาวบ้านและนักท่องเที่ยว รวม 30 คน วิเคราะห์เนื้อหาและจัดหมวดหมู่ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทอำเภอเกาะคาเป็นพื้นที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนาน โดยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งแหล่งโบราณสถาน แหล่งวัฒนธรรมล้านนา และประเพณีท้องถิ่นที่ยังคงได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง เช่น วัดพระธาตุลำปางหลวง งานปั้นเซรามิกและเครื่องปั้นดินเผา งานหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีและพิธีกรรมล้านนา รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพาตนเอง 2) ชุมชนมีความต้องการสื่อวัฒนธรรมในการสื่อสารภาษาจีน เพราะปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ และ 3) แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน เน้นการถ่ายทอดเรื่องราวตำนานพื้นบ้านและคุณค่าทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและงานหัตถกรรมท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ด้วยการสร้างนวัตกรรม คือ การจัดทำสื่อแปลภาษาจีนที่มีความถูกต้องและสร้างสรรค์ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และรหัสตอบสนองอย่างรวดเร็วที่มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงภาพประกอบที่สื่อความหมายและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน, นวัตกรรมสื่อภาษาจีน

Abstract

This research aimed to 1) analyze the community context regarding cultural identity and the need for innovative Chinese language media for tourism 2) to find ways to develop innovative Chinese language media to promote creative tourism that reflects the community's cultural identity, and 3) create innovative Chinese language media to promote creative tourism that reflects the community's cultural identity in Ko-Kha District, Lampang Province. This research was qualitative. The research tool was a semi-structured interview as the research instrument. Data were collected from key informants, consisting of 30 local entrepreneurs, community leaders, villagers, and tourists. The content was analyzed, and the data were categorized.

The research findings revealed that: 1) The context of Ko Kha District encompasses a rich historical and cultural heritage with distinctive characteristics, including ancient sites, Lanna culture, and local traditions that continue to be preserved, such as Wat Phra That Lampang Luang, ceramic and pottery crafts, local handicrafts and wisdom, Lanna traditions and rituals, as well as self-sufficient community lifestyles. 2) The community expressed a need for innovative Chinese language media, as there has been a significant influx of Chinese tourists, stimulating the local economy. And 3) Guidelines for Developing Innovative Chinese Language Media to promote creative tourism that reflects community cultural identity were identified, focusing on conveying local legends and cultural values, traditions, lifestyles, and local handicrafts to promote tourist attractions to Chinese visitors. This was achieved through innovation: creating accurate and creative Chinese language translation media in the form of electronic media (E-books) and QR Codes that introduce tourist attractions reflecting the community's cultural identity, along with illustrations that convey meaning and create memorable impressions for tourists.

Keywords: Creative Tourism, Community Cultural Identity, Chinese Language Media Innovation.

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อส่งมอบประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำให้แก่นักท่องเที่ยว และยังเป็นการอนุรักษ์ สืบสาน และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดจนได้รับการเผยแพร่ต่อไป (ปวีดา สามัญเขตรกรณ์, 2566) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการการเรียนรู้ที่เป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2568) ได้กำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจน ด้วยการมุ่งเน้นการส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว การดึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนและสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้มาเยือนผ่านการเรียนรู้ วัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะสื่อที่สามารถเข้าถึงและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2568) พบว่า ในปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.27 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนครองอันดับหนึ่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.22 และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเยือนจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวแห่งใหม่ ซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 34 นอกจากนี้ ยังพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 110 เมื่อเทียบกับปี 2566 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) แสดงให้เห็นว่าจังหวัดลำปางมีความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การเดินทางระหว่างประเทศที่มีความสะดวกมากขึ้น รวมทั้งศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของจังหวัดลำปางที่สามารถแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้

อำเภอเกาะคาเป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดลำปาง มีพื้นฐานด้านการคมนาคมที่สะดวกสบายด้วยถนนหลายสาย ห่างจากตัวเมืองลำปาง ประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งด้านภูมิประเทศ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่มีมาตั้งแต่สมัยทวารวดี โดยเฉพาะการเป็นแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปกรรมล้านนา (จังหวัดลำปาง, 2567) ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญาเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน (สำนักงานสภาพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2565) โดยการถ่ายทอดเรื่องราว อัตลักษณ์ และเสน่ห์ของชุมชนเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นภาษาจีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยเพิ่มความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เพิ่มขึ้น แต่การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตของประเทศจีนที่ถูกปิดกั้นและแยกตัวจากเครือข่ายโลกจำเป็นต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะเจาะจง เช่น WeChat, Weibo และ Douyin เพื่อใช้เป็นแพลตฟอร์มสำหรับเชื่อมต่อและแบ่งปันข้อมูล (Chen et al., 2025) ดังนั้น อุตสาหกรรม

ห้องเที่ยวจำเป็นต้องปรับแนวทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของภูมิทัศน์ เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยตรง

การประยุกต์ใช้สื่อภาษาจีนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพในการสื่อสาร หากนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยพัฒนาเนื้อหาจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ประชาชนในพื้นที่อำเภอเกาะคาส่วนใหญ่มีทักษะภาษาจีนเพียงระดับพื้นฐานหรือแทบไม่มี เนื่องจากขาดความรู้พื้นฐานด้านภาษาจีนและไม่มี การใช้ภาษาจีนในการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ทำขึ้นเองและมีจำนวนน้อย ซึ่งขาดมาตรฐานเชิงวิชาการและไม่สอดคล้องกับความต้องการของภาคการท่องเที่ยวไทย เช่น ผู้ประกอบการ สถานบริการ และมัคคุเทศก์ (Guanghui & Xu, 2024) อีกทั้งยังไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) รหัสสแกนอย่างรวดเร็ว (QR code) แผ่นพับหรือเว็บไซต์ที่รองรับภาษาจีนอย่างเหมาะสม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว วิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ (รุจิภา บุญเชิด และคณะ, 2565)

จากผลสำคัญดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจทำการศึกษาเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่ทันสมัย น่าสนใจ และเป็นการสร้างช่องทางใหม่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นสู่สายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
3. พัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดของ Richards and Raymond (2000) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เน้นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ ทำให้เกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น เพื่อให้สามารถขยายความรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การศึกษาของพงศ์กฤต นันทนากรณ์ และอชิป จันทร์สุรีย์ (2564) เสนอว่า นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงวิถีชุมชนผ่านตัวชุมชนเองและทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ซึ่งอาจนำไปต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ที่ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งการได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้สัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่าง สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของอุทุมพร เรืองฤทธิ์ และ ผกามาศ ชัยรัตน์ (2565) อธิบายว่า การ

ห้องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สร้างความแตกต่างจากรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบเดิมเป็นกลยุทธ์ในการสร้างสถานที่ (Placemaking) ให้มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับการยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง สร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น และเสริมสร้างความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองในรูปแบบที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ

2. แนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน

ลักษณะเฉพาะบนฐานถึงความเป็นตัวตนของชุมชนที่ถ่ายทอดและสืบทอดกันมาผ่านภาษา สื่อ และประวัติศาสตร์ที่ถูกร้อยเรียงให้มีเรื่องเล่าหรือตำนานร่วมที่ใช้สร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ แนวคิดของ Hall (1990) เสนอว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน คือ เรื่องเล่า ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ลึกซึ้งและมีความหมาย ขณะเดียวกันก็ช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ภาคภูมิใจในรากเหง้าของตน และสามารถนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างเด่นชัดและยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของพระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (ทรงราชิ) และภักดี โพธิ์สิงห์ (2565) เสนอว่า การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพื่อให้เกิดรายได้ ผนวกกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และเกิดความประทับใจให้แก่ทั้งสองฝ่าย อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

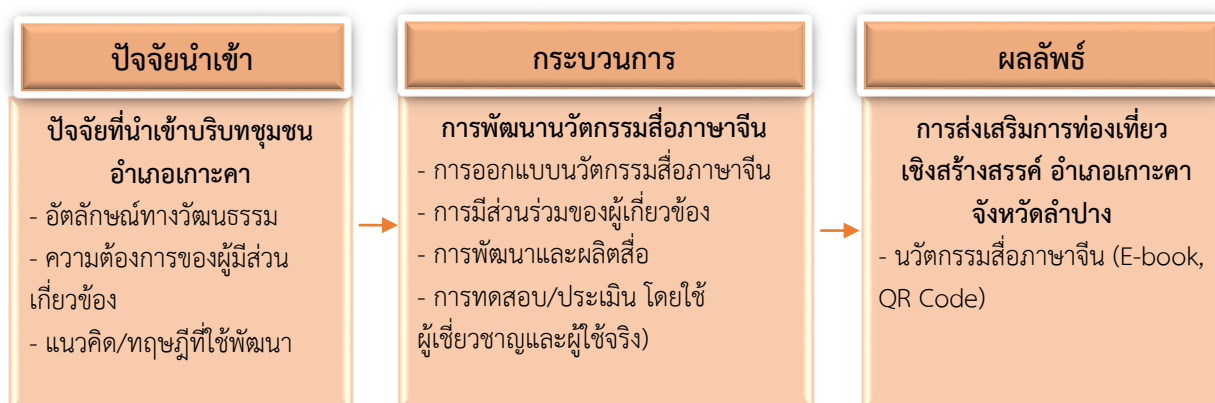
3. แนวคิดนวัตกรรมสื่อ

แนวคิดของ Drucker (1985) อธิบายว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่หรือการต่อยอดจากของเดิมซึ่งรูปแบบการใช้สื่อด้วยการนำเทคโนโลยีหรือวิธีการใหม่ ๆ ต่างเป็นนวัตกรรมที่นำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารหรือการเข้าถึงผู้รับสารให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการผลิต เผยแพร่ หรือใช้สื่อในด้านเนื้อหา รูปแบบ เทคนิค เทคโนโลยี แพลตฟอร์ม และช่องทางการเผยแพร่ ซึ่งจะสร้างความเข้าใจและสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้สื่อเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร แสนยากุล และเพชรศรี นนทศิริ (2563) พบว่า การใช้นวัตกรรมสื่อทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์สามารถสร้างความเข้าใจ ความซาบซึ้ง และความตระหนักรู้ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวเกิดคุณภาพและมีอรรถรสมากขึ้น ผลการศึกษาจึงสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวในชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบอื่นได้ นอกจากนี้งานวิจัยของศิริภัทร ศิริฉัตรเดชา และคณะ (2568) พบว่า สื่อดิจิทัลมีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนมีส่วนช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชุมชน อย่างไรก็ตาม การพัฒนานวัตกรรมสื่อให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายผลและต่อยอดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richards and Raymond (2000) โดยสรุปว่า การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมที่ตั้งอยู่บนฐานอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยย้ำถึงการเสริมสร้างบทบาทของชุมชนในฐานะผู้ถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่มีการมีส่วนร่วม ซึ่งนำไปสู่ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น การเสริมสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และการก่อเกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและแตกต่างจากสถานที่

อื่นๆ นอกจากนี้ แนวคิดของ Hall (1990) ระบุว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยเรื่องเล่า ความเชื่อ และวิถีชีวิต เป็นรากฐานสำคัญในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อมอบประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมายแก่นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และการนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจนและยั่งยืน ส่วนแนวคิดนวัตกรรมของ Drucker (1985) ที่เน้นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่า ประสิทธิภาพ หรือประโยชน์ใช้สอย โดยสื่อสารมวลชนถือเป็นนวัตกรรมที่สำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากช่วยให้การสื่อสารของชุมชนมีความทันสมัย น่าสนใจ สร้างการรับรู้ต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้ชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคต คณะผู้วิจัยได้ทำการสกัดตัวแปรเพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนของชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ด้วยเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการสำรวจพื้นที่ชุมชนอำเภอเกาะคา ตลอดจนการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน นวัตกรรมสื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน แล้วนำข้อมูลมาออกแบบงานวิจัยและสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งมีประสบการณ์ตรงและทำการรวบรวมข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน นักท่องเที่ยว รวมจำนวน 25 คน คำถามชุดเดียวกัน ผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอเกาะคา จำนวน 5 คน ที่ดำเนินการมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป เป็นคำถามอีก 1 ชุด รวมจำนวน 30 คน ตามเกณฑ์ของ Creswell (2018) ที่เสนอว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลควรมี 5-25 คน สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการแบบกึ่งโครงสร้าง เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็น

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีประสบการณ์ตรงที่มีองค์ความรู้หรือประสบการณ์ในการสนับสนุนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องเป็นผู้ที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป เพราะมีความเชื่อและความศรัทธาในศาสนาพุทธ จึงนิยมเดินทางไปยังวัด โบราณสถานหรือแหล่งวัฒนธรรม รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง คณะวิจัยได้ดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมตามแนวทางของ Helsinki Declaration (World Medical Association, 2013) แนวปฏิบัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ ขอบเขตวิจัยและสิทธิในการปฏิเสธหรือถอนตัวได้โดยไม่เกิดผลกระทบใด ๆ รวมถึงมีความยินยอมเข้าร่วมอย่างสมัครใจ มีการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล และใช้ข้อมูลเฉพาะเพื่อประโยชน์ทางวิชาการโดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้ให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การลงพื้นที่และวิเคราะห์ความต้องการโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน และ (2) แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชน ชาวบ้าน นักท่องเที่ยว จำนวน 25 คน รวม 30 คน ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลในพื้นที่ โดยมีเกณฑ์จากการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ศึกษา คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน และ 3) นวัตกรรมสื่อ โดยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย คือ (1) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (2) แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน (3) แบบสัมภาษณ์ชาวบ้าน (4) แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ซึ่งใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่า มีค่า IOC ซึ่งผลการตรวจสอบเครื่องมือพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.75-1.00 ตามเงื่อนไขของ Rovinelli and Hambleton (1977) ที่เสนอว่า ค่า IOC ควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งแสดงถึงความเหมาะสมและความสอดคล้องของข้อคำถาม ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการพัฒนานวัตกรรม โดยมีผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเหมาะสมโดยมีค่าคะแนน 1 น้อยที่สุด และ 5 คือมากที่สุด ผลพบว่ามีคะแนนเฉลี่ย 4.00-4.25

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามแนวทางการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้กำหนดไว้ และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ เอกสารการประชุม รายงานการประชุม บทความวิจัยและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลและการสังเกตวิเคราะห์เนื้อหา รวมถึงมีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อนำมาประกอบและเปรียบเทียบกัน เพื่อตรวจสอบว่าให้ผลลัพธ์หรือข้อค้นพบที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อผ่านผู้ให้ข้อมูลหลัก หลังจากนั้นนำมาตรวจสอบความถูกต้องและทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการกำหนดรหัส (Coding) กำหนดประเด็นวิเคราะห์การจัดหมวดหมู่เนื้อหา การวิเคราะห์ความถี่ การกำหนดแนวคิดหลักจากข้อมูล การตีความเชิงความหมายจัดระบบข้อมูลและแยกประเภทข้อมูลจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัย สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง แบ่งเป็น 2 ข้อ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

จากการวิเคราะห์บริบทชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมที่สะดวกสบายด้วยถนนหลายสาย ซึ่งห่างจากตัวเมืองลำปางประมาณ 15 กิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศและสภาพภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่มและมีพื้นที่ที่มีแม่น้ำวังไหลผ่าน ซึ่งเอื้อต่อการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพของประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะอาชีพด้านเกษตรกรรม เช่น การทำนา ทำสวน และการเลี้ยงสัตว์ ชุมชนในอำเภอเกาะคาเป็นชุมชนดั้งเดิมที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนาน โดยเฉพาะของอารยธรรมล้านนาและศิลปกรรมทางพุทธศาสนา ซึ่งสามารถพบเห็นได้จากวัดวาอาราม เช่น วัดพระธาตุจอมปิง วัดไหล่หินหลวง วัดสันตินิคม และวัดพระธาตุลำปางหลวงที่มีจิตรกรรมฝาผนังแบบล้านนา รวมถึงพระภูโบราณซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงการนับถือศาสนาและการสืบทอดตำนานพื้นบ้านของชุมชนในพื้นที่ โดยชุมชนยังมีการสะท้อนวัฒนธรรมผ่านภาษาการใช้ถ้อยคำท้องถิ่น ประเพณีและพิธีกรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณีสงกรานต์น้ำพระธาตุเดือนห้า ประเพณีปอยหลวง และภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นการทอผ้า การจักสาน และสมุนไพรพื้นบ้าน ควบคู่ไปกับการมีบทบาทในกิจกรรมของวัดและชุมชนที่ยังคงโครงสร้างความสัมพันธ์แบบเครือญาติและกลุ่มบ้านใกล้เคียง ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถดำเนินกิจกรรมอาสาพัฒนาชุมชนในพื้นที่ได้ ชุมชนมีความต้องการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวและมีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งองค์กรการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการร่วมรับผลประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นโอกาสการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 บริบทของชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
ที่มา: ผู้วิจัยดำเนินการเก็บภาพด้วยตนเอง (2568)

ด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่า อำเภอเกาะคาเป็นชุมชนที่มีการสืบทอดจากอารยธรรมล้านนา อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน จึงสะท้อนผ่านประเพณี ศิลปกรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น โดยจำแนก 5 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านศิลปะและสถาปัตยกรรมแบบล้านนา อำเภอเกาะคาเป็นแหล่งรวมของวัดวาอารามเก่าแก่ที่มีจิตรกรรมฝาผนัง และพระภูโบราณ ซึ่งสะท้อนความเชื่อพุทธศาสนาในแบบล้านนา เช่น วัดไหล่หินหลวง และวัดพระธาตุลำปางหลวง ที่มีจิตรกรรมที่เล่าเรื่องชาดกและตำนานท้องถิ่น เช่น ตำนานพระนางจามเทวี หรือตำนานพระเจ้าสิบชาติ ซึ่งไม่เพียงแต่การถ่ายทอดศาสนาธรรม แต่ยังสื่อถึงภูมิปัญญาในการสร้างเรื่องราวและความรู้ของชาวบ้าน (2) ด้านภาษาและคำเมือง ชุมชนในพื้นที่ยังคงใช้ภาษาเหนือหรือคำเมืองในชีวิตประจำวันในการสื่อสารทั่วไป (3) ด้านประเพณีท้องถิ่นและพิธีกรรม ชุมชนอำเภอเกาะคายังคงรักษาประเพณีสำคัญ เช่น ประเพณีสงกรานต์น้ำพระธาตุเดือนห้า ประเพณีปอย

หลวง พิธีสืบทอด พิธีฮ้องขวัญ พิธีทานขันข้าว พิธีบวชนาคที่จัดขบวนแห่แบบล้านนา (4) ด้านเครื่องแต่งกาย และงานหัตถกรรม ชุมชนมีการแต่งกายด้วยผ้าทอพื้นเมือง และสวมใส่ผ้าชิ้นลายน้ำไหล ลายจากบนฐานความงดงามของภูมิปัญญาทางหัตถกรรมและปัจจุบันมีการนำผ้าทอแบบดั้งเดิมออกแบบให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ แต่ยังคงเอกลักษณ์และลวดลายแบบดั้งเดิม ซึ่งวางจำหน่ายตามร้านขายของฝากของที่ระลึก และ (5) ด้านความเชื่อของชุมชนยังมีความเชื่อดั้งเดิม เช่น ความเชื่อเรื่องผีบ้านผีเมือง ผีปู่ย่า การไหว้ผีสงตามต้นไม้ใหญ่ หรือเสาไม้ศักดิ์สิทธิ์กลางหมู่บ้าน ซึ่งถือเป็นเครื่องหมายของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติที่ยังคงมีอิทธิพลต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนในชุมชน



ภาพที่ 3 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ที่มา: ผู้วิจัยดำเนินการเก็บภาพด้วยตนเอง (2568)

2. การวิเคราะห์ความต้องการนวัตกรรมสื่อสารภาษาจีนของผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายของฝาก และร้านนวด พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอเกาะคา มีปัญหาและไม่สามารถใช้ภาษาจีนในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ ส่วนใหญ่จะใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร หรือให้ล่ามของบริษัทเอกชนที่นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในพื้นที่ให้ช่วยแปล ทั้งนี้ การใช้ภาษาจีนมีความสำคัญต่อการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนมาก โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องการใช้ภาษาจีนและเทคโนโลยีการสื่อสารที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนในการสื่อสารประจำวันและการโฆษณา เช่น ป้ายเมนู แผนที่ สื่อประชาสัมพันธ์ และบทสนทนาพื้นฐานในสถานการณ์จำเป็นที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

การเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน ชาวบ้านและนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ พบว่า พื้นที่อำเภอเกาะคา ในภาพรวมชุมชนมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัดโบราณ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การทำข้าวแต๋นและการทำเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน จึงมีความต้องการภาษาจีนพื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้สามารถรองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะนวัตกรรมสื่อสารภาษาจีนที่สามารถถ่ายทอดตำนานเล่าขาน นิทานพื้นบ้าน เรื่องเล่า ประวัติความเป็นมาของวัด ประเพณีของชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ถูกต้อง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเยือนเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม



ภาพที่ 4 ความต้องการวัดกรรมสื่อภาษาจีน
ที่มา: ผู้วิจัยดำเนินการเก็บภาพด้วยตนเอง (2568)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนานวัดกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

จากการเก็บข้อมูลให้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชันแปลภาษาไทย-จีนในการรับสารและสื่อสาร และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น WeChat, Weibo และ Douyin การวางแผนแนวทางการพัฒนานวัดกรรมสื่อภาษาจีน จะเน้นการใช้ภาษาจีนเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมและความเชื่อท้องถิ่นไปสู่ผู้บริโภคชาวจีน ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการใช้ภาษาจีนในสื่อ เช่น เมนู แผ่นพับ คลิปวิดีโอ หรือคำบรรยายในสถานที่ท่องเที่ยวจะช่วยให้ลูกค้าชาวจีนเข้าใจบริบทวัฒนธรรมในเชิงลึก เช่น ประวัติความเป็นมาของวัด การผลิตสินค้าหัตถกรรม เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทำข้าวแต๋น เป็นต้น เพื่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนและการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำทางอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การพัฒนานวัดกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

อำเภอเกาะคา เป็นพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่นบนฐานผ่านมรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปกรรมล้านนา ประเพณีพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเท่านั้น แต่ยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยบริบทของยุคสมัยใหม่ โดยเฉพาะการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ให้ความสนใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย จึงมีความจำเป็นในการสร้างสื่อภาษาจีนในรูปแบบที่เป็นนวัตกรรม เพื่อใช้ในการสื่อสาร ถ่ายทอด และสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวจีนกับชุมชนท้องถิ่น ดังภาพที่ 5

การสร้างนวัดกรรมสื่อภาษาจีน ตั้งอยู่บนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีการนำเอาความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ผู้นำชุมชนชาวบ้าน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว) มาบูรณาการร่วมกันและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการผ่านการวางแผนการทำสื่อด้านวัฒนธรรมภาษาจีน โดยมีกระบวนการทำสื่อภาษาจีน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผน (Pre-production) ด้วยการกำหนดเป้าหมาย สัมภาษณ์ชุมชน กำหนดหัวข้อเนื้อหา เช่น ประวัติสถานที่ ตำนานประเพณีท้องถิ่น การเขียนบทที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว บริบทด้านวัฒนธรรมและความสำคัญ ตลอดจนการเตรียมการด้านต่าง ๆ 2) การผลิต (Production) คือ การลงมือสร้าง

สื่อตามแผนที่วางไว้ด้วยการถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เขียนเนื้อหาเป็นภาษาจีน ด้านตำนาน เรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีท้องถิ่น จัดทำ QR Code และ e-book ลำดับสุดท้ายหลังการผลิต (Post-production) คือ การตัดต่อใส่เสียงและภาพ และ 3) การตรวจสอบความถูกต้องก่อนเผยแพร่ การตรวจสอบความถูกต้องของสื่อต้องประเมินทั้งเนื้อหา (ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ) และคุณภาพของสื่อ (ภาพ เสียง การออกแบบ) ก่อนนำไปใช้งานจริง คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และรหัสตอบสนงอย่างรวดเร็ว โดยมีการออกแบบการสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาจีน ดังนี้

1. การพัฒนาสื่อด้านวัฒนธรรมภาษาจีน เป็นนำเสนอเรื่องราวพื้นบ้าน ตำนานเรื่องเล่า และประเพณีท้องถิ่น โดยใช้ภาพจริงจากชุมชน ผู้สูงอายุ และงานพิธีกรรมจริง พร้อมคำบรรยายจีนที่เข้าใจง่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวจีนได้เรียนรู้และเข้าถึงเนื้อหาทางวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด

2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ การติดตั้ง QR Code ภาษาจีน ณ จุดท่องเที่ยวสำคัญ เช่น วัด จิตรกรรมฝาผนัง และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเมื่อสแกน QR Code จะเชื่อมโยงไปยังข้อความที่อธิบายเนื้อหาเป็นภาษาจีน เพื่อสร้างความสะดวกและทันสมัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

3. คู่มือวัฒนธรรมสองภาษาไทย-จีน เป็นการพัฒนาคู่มือสองภาษาเพื่ออธิบายวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ลายผ้า สมุนไพรในท้องถิ่น การทำข้าวแต๋น ตลอดจนคำศัพท์ภาษาจีนพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพื่อใช้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

4. สื่อสร้างประสบการณ์ (Experiential Media) ออกแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม เช่น การเล่าเรื่องด้วย AR ผ่านพระบรมฉายาลักษณ์ การให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ใช้ สคริปต์ภาษาจีน แนะนำสินค้า / กิจกรรม พัฒนาการแสดงพื้นบ้านพร้อมคำบรรยายภาษาจีน

การสร้างนวัตกรรมสื่อภาษาจีนสำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นแนวทางสำคัญ ผลจากการพัฒนานวัตกรรม ทำให้เกิดการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความรู้และความเข้าใจวัฒนธรรมของชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพราะการใช้นวัตกรรมสื่อภาษาจีนควบคู่กับการสื่อสารภาษาจีนช่วยให้ถ่ายทอดเรื่องราวตำนานและคุณค่าทางวัฒนธรรมไปสู่นักท่องเที่ยวได้ และเพิ่มความเข้าใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน อีกทั้งชุมชนท้องถิ่นจะได้รับการยกระดับทักษะการใช้ภาษาจีนและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากภายในชุมชน ผู้ประกอบการเกิดรายได้เพิ่มจากการจำหน่ายสินค้า และได้เรียนรู้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ท้ายที่สุดมีรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยคณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 บริบทของชุมชนด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอกะลา มาบูรณาการผ่านกระบวนการแบบมีส่วนร่วม จากชุมชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างสื่อที่ทั้งสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 5 นวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ที่มา: ผู้วิจัยดำเนินการเก็บภาพด้วยตนเอง (2568)

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์บริบทของชุมชนด้านบนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความต้องการนวัตกรรมสื่อภาษาจีนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่าการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนนั้นมีปัญหาในการใช้ภาษาจีนทุกทักษะ ผลการวิจัยของ Guanghui and Xu (2024) พบว่า การสื่อสารโดยใช้ภาษาจีนเชิงท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยมาก แม้ว่าจะมีตำรา/หลักสูตรภาษาจีนในการเรียนการสอนแต่ไม่ได้ตอบสนองความต้องการ เนื่องจากว่าผู้ประกอบการคิดว่าภาษาจีนเป็นภาษาที่ยาก ซับซ้อน และไม่มั่นใจในการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารจึงทำให้ภาษาจีนไม่เป็นเป็นที่นิยม และทำให้การใช้ภาษาจีนยังไม่แพร่หลายพอ โดยส่วนใหญ่นิยมใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang (2024) ได้ศึกษาการสื่อสารภาษาจีนระหว่างพนักงานบริการกับนักท่องเที่ยวจีน พบว่า การสื่อสารด้วยการใช้ภาษาจีนมีปัญหา ทั้งเอกสาร/บัตรที่เป็นภาษาจีนกลายเป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับพนักงาน ทำให้บริการไม่ราบรื่นและประสบการณ์ไม่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวจีน ชี้ให้เห็นว่าการขาดการรองรับภาษาจีนในแหล่งท่องเที่ยวที่จริงจังจึงเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร นอกจากนี้การลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์จิราภรณ์ เทพินตา (2568) ซึ่งไม่สามารถใช้ภาษาจีนในการสื่อสารได้ เนื่องจากไม่มีความรู้พื้นฐานด้านภาษาจีนและไม่ได้ใช้ภาษาจีนในการสื่อสารเป็นประจำ ประกอบกับมีอายุสูงและภาษาจีนยากแก่การจดจำ

จากกระแสความนิยมในด้านการท่องเที่ยวแบบใหม่คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวธรรมชาติซึ่งนิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือท่องเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับชุมชนมากขึ้น ชุมชนและนักท่องเที่ยวจะได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนมากขึ้น ซึ่งประชาชนในประเทศไทยในฐานะเป็นเจ้าของบ้าน จะต้องได้รับการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษา สามารถช่วยขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเกาะคา เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ สัมพันธ์กับแนวคิดที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นนวัตกรรมสื่อภาษาจีนที่พัฒนาขึ้นของ Richards and Raymond (2000) สรุปว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมบนฐานอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ผ่านการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง มุ่งยกระดับบทบาทของชุมชน ให้ชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่าน

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง สามารถกระตุ้นความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอเกาะคา อำเภอเกาะคามีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนซึ่งประกอบไปด้วยงานหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก ประเพณีพื้นบ้านและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในชุมชน การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนมีส่วนช่วยในการสื่อสารเอกลักษณ์เหล่านี้ไปยังนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อำเภอเกาะคา มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติที่หลากหลาย แต่ยังประสบปัญหาการขาดการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน และการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ จึงควรเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วน เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน การลงมือทำงานร่วมกัน งานวิจัยของ Huang et al. (2023) ได้เสนอการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนกลับมามีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการภาษาจีน เช่น เมนู ป้าย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และได้เน้นว่าปัญหาเชิงภาษาทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถดึงดูดความนิยมจากนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างเต็มที่ โดยงานวิจัยของพระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (ทรงราชย์) และภักดี โพธิ์สิงห์ (2565) เสนอว่า การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพื่อให้เกิดรายได้ ผสมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และเกิดความประทับใจให้แก่ทั้งสองฝ่าย อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยววิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่รองรับภาษาจีน และไม่มีช่องทางออนไลน์ เฉพาะแพลตฟอร์มจีน เช่น WeChat, Xiaohongshu, Douyin เท่านั้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชนต้องหาแนวทางในการใช้สื่อหรือนวัตกรรมอื่น ๆ ที่มีประสิทธิภาพมาสนับสนุน ผลการวิจัยเป็นไปในทำนองเดียวกับงานวิจัยของอุทุมพร เรืองฤทธิ์ และผกา มาศ ชัยรัตน์ (2565) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สร้างความแตกต่างจากรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบเดิมเป็นกลยุทธ์ในการสร้างสถานที่ให้มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับการยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง สร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น และเสริมสร้างความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองในรูปแบบที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผลการศึกษายังได้ข้อมูลตรงกันว่า แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนพบว่า การพัฒนานวัตกรรมสื่อภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง มีแนวทางสำคัญดังนี้ 1) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเกาะคา อำเภอเกาะคา เป็นพื้นที่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมหลากหลาย โดยเฉพาะวัดพระธาตุลำปางหลวง ซึ่งเป็นโบราณสถานสำคัญที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านที่โดดเด่น เช่น เครื่องปั้นดินเผา ผ้าทอ และอาหารพื้นเมือง และ 2) การออกแบบนวัตกรรมสื่อภาษาจีนที่เหมาะสม การพัฒนาสื่อภาษาจีนให้ครอบคลุมเอกสารนำเที่ยวสองภาษา (ไทย-จีน) สื่อสังคมออนไลน์ที่น่าเสนอเรื่องราวชุมชนในรูปแบบที่น่าสนใจ และป้ายประชาสัมพันธ์สองภาษาที่มี QR Code เชื่อมโยงข้อมูลเพิ่มเติม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจีนต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม การเลือกใช้คำที่สื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการนำเสนอประวัติศาสตร์และความเป็นอัตลักษณ์ของ

ชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อ ความสำเร็จของนวัตกรรมสื่อขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ชุมชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวและวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Intarapadung et al. (2025) สรุปว่าการพัฒนานวัตกรรมเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยี เช่น QR Code, media kit, AR เป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นว่าการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมในเชิงวัฒนธรรมจะช่วยให้อัตลักษณ์ชุมชนถูกสื่อสารอย่างลึกซึ้งและมีพลังมากขึ้น ประกอบกับงานวิจัยของวิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ (2563) พบว่า คนในชุมชนมีความเห็นสอดคล้องกันในการนำตราสัญลักษณ์และสโลแกนของชุมชนที่ถ่ายทอดผ่านภาพมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถสื่อความหมาย สร้างการรับรู้และช่วยให้ผู้รับสารจดจำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงได้อย่างชัดเจน ความโดดเด่นของสื่อดังกล่าวยังช่วยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนตามความต้องการของคนในพื้นที่ และงานวิจัยของศิริภัทร ศิริฉัตรเดชา และคณะ (2568) ชี้ให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลมีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนมีส่วนช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชุมชน

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง การใช้ภาษาจีนในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ แต่ผู้ประกอบการเห็นว่าภาษาจีนนั้นมีความสำคัญ ต่อชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน ซึ่งทักษะที่สำคัญคือ ทักษะด้านการพูดและการฟัง ส่วนการพัฒนาการสื่อสารที่ได้จากจากการวิจัยครั้งนี้ คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นนวัตกรรมสื่อดิจิทัลที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถอ่านได้ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟนหรือเครื่องอ่าน E-reader องค์ประกอบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีเนื้อหา อาทิ ปกหนังสือ สารบัญ บทนำ เนื้อหาหลัก แบ่งเป็นตอนหรือตามหัวข้อและบทสรุป รวมถึงข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง องค์ประกอบมีลติมีเดีย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและอินเทอร์แอคทีฟ เช่น รูปภาพ ภาพกราฟิก วิดีโอ/เสียงบรรยาย แอนิเมชัน ลิงก์ภายนอก QR Code และคุณสมบัติเชิงเทคนิคเพื่อรองรับแบบฟอร์มต่าง ๆ เช่น EPUB PDF และ MOBI รองรับการค้นหา คำ ปรับขนาดอักษร พื้นหลังได้ รองรับการบู๊คมาร์กหรือไฮไลต์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Drucker (1985) สรุปว่านวัตกรรม คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือการนำสิ่งเดิมมาพัฒนาต่อเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงงานวิจัยของ Bosunia et al. (2025) ระบุว่าความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยวเกิดจากการที่ชุมชนเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและใช้สื่อภาษาต่างประเทศอย่างเหมาะสม เน้นบทบาทของภาษาในฐานะเครื่องมือสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว

สำหรับรหัสตอบสนองอย่างรวดเร็วหรือ QR Code โดยเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้นำชุมชนชาวบ้าน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เน้นความสำคัญประวัติศาสตร์และความหมายของแต่ละสถานที่สำคัญในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่า QR Code สามารถนำไปใช้ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวได้ ช่วยให้สื่อสารกันเข้าใจกันมากขึ้น เป็นการ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวชมมากขึ้น สัมพันธ์งานวิจัยของ Chinpakdee and Lee (2025) แนะนำการใช้ QR Code ที่ฝังเนื้อหาเชิงลึกเกี่ยวกับความหมายและประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวจีนซึ่งมีพฤติกรรมเน้นข้อมูลล่วงหน้า เกิดความเข้าใจและประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น และควรใช้เนื้อหาสองภาษา คือ ไทย-จีน พร้อมภาพ/เสียง ควบคู่กันไป

สรุปได้ว่างานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการบูรณาการภาษาจีนและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล รวมถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน เพราะนวัตกรรมสื่อภาษาจีนไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของชุมชนให้ดูทันสมัย เปิดกว้างและมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

สร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ส่งเสริมการใช้สื่อหลายภาษาสำหรับแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้มีนโยบายจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในภาษาจีนอย่างเป็นระบบ เช่น E-book, QR Code, แผ่นพับ และเว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนที่พึ่งพาสื่อดิจิทัลเป็นหลัก

1.2 กระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นควรกำหนดโครงการอบรมภาษาจีนพื้นฐานแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวจีนที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

1.3 สนับสนุนงบประมาณการพัฒนานวัตกรรมสื่อดิจิทัลในพื้นที่เมืองรอง ด้วยการจัดตั้งกองทุนหรือโครงการร่วมทุนระหว่างรัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวภาษาจีนในพื้นที่เมืองรอง เช่น อำเภอเกาะคาที่มีศักยภาพด้านวัฒนธรรมแต่ยังขาดเครื่องมือด้านสื่อสาร

2. ข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงาน

2.1 สำนักงานพัฒนาชุมชนควรจัดทำฐานข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนหลายภาษา ด้วยการจัดทำฐานข้อมูลที่รวบรวมตำนานพื้นบ้าน ประเพณีท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมแปลเป็นภาษาจีน เพื่อใช้ประกอบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

2.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มจีนโดยตรง ผลักดันให้มีการเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวเกาะคาผ่านแพลตฟอร์มจีน เช่น WeChat, Xiaohongshu และ Douyin ด้วยสื่อบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและใช้ภาษาจีนอย่างถูกต้อง

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อภาษาจีนที่พัฒนาแล้วต่อพฤติกรรม/ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อตรวจสอบว่า e-book, QR Code และสื่อประเภทอื่นที่ผลิตขึ้นมีผลจริงต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

3.2 ด้านการออกแบบกิจกรรมภาษาจีนเชิงการมีส่วนร่วม เช่น ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม AR, การสัมผัสประสบการณ์ตรง พร้อมการใช้ภาษาจีนในพื้นที่จริง เพื่อศึกษาผลของความผูกพันกับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2567 (ภาคเหนือ).
<https://www.mots.go.th/news/category/812>
- กาญจนาโรติ อุไรรัตน์ และคณะ. (2562). สภาพการใช้ภาษาจีนของผู้ประกอบการร้านค้าตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำปำ จังหวัดสงขลา. ใน รายงานการประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จังหวัดลำปาง. (2567). แผนพัฒนาอำเภอ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ฉบับทบทวน ปี พ.ศ. 2567.
https://www2.lampang.go.th/lp_document/district-plan-2567/
- จิราภรณ์ เทพปิตา (2568). สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว. วันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568
- ประภาพร แสนยากุล และเพชรศรี นนท์ศิริ. (2566). นวัตกรรมสื่อสารความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ. *Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University*, 17(1), 146–162.
- ปวีดา สามัญเขตรกรณ์. (2566). การศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(8), 256-270.
- พงศ์กฤต นันทนากรณ์ และอชิป จันทรสุริย์. (2564). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 8(1), 102–112.
- พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (ทรงราชย์) และภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). อัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวัฒนธรรมพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(2), 127–140.
- รุจิรา บุญเชิด, พชรินทร์ เจนจบธุรกิจ, วีรณัฐ สัจจาสัย และปณิดา ขาวด้วยกิจ. (2565). การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารภาษาจีนสำหรับชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรรักษ์เขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 9(3), 31-45.
- วิเชษฐ์ แสงดวงดี, อภิวัฒน์ บุญเนรมิต, สุชาติ แสงดวงดี, อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์, ภาสกร ธนาคันท์, ปัญจเวช บุญรอด และทศพร เทียนศรี. (2563). นวัตกรรมสื่อสารสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบอ้อมนวัตวิถี: กรณีศึกษาร้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอฟุทธรณีสถิต จังหวัดนครปฐม. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 7(1), 157–172.
- ศศิธร ศิริฉัตรเดชา, พระพรหมพิริยะ มัลลย์รักษ์, พระมหาภูมิพัฒน์ คำมี และสิทธิกร พันศิริ. (2568). การพัฒนาสื่อสารสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเยาวชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 7(2), 289–300.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2568). แผน Soft Power ด้านการท่องเที่ยวเพื่อจุดพลังการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2568-2570.
<https://www.phetchaburi.labour.go.th/attachments/article/853/แผน%20Soft%20Power%20ด้านการท่องเที่ยว.pdf>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2565). *ปลดล็อกไทยสู่ประเทศพัฒนาแล้ว*. <https://www.nxpo.or.th/th/11772/>

- อุทุมพร เรืองฤทธิ์, และผกามาศ ชัยรัตน์. (2565). รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนรากฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทดำ บ้านดอนมะนาว จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(1), 113–127.
- Bosunia, M. F. P., Kanjanavisutt, C., & Jeerapattanatorn, P. (2025). Grassroots learning and innovation in award-winning agrotourism community enterprises in Thailand. *World Journal of Education and Innovation*, 15(2), 51–65.
- Chen, C., Md Isa, N., & Salahuddin, N. (2025). Determinants of Travel Experience-Sharing Behavior on Chinese Social Media Platforms. *Sustainability*, 17(8), 3579.
- Chinpakdee, R., & Lee, S. H. (2025). Using QR codes to enhance the cultural tourism experience in historical sites of Chiang Mai, Thailand. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 45–60.
- Creswell, J.W. & Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage, Los Angeles.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Guanghai, J., & Xu, L. (2024). A critical review of Chinese language textbooks for tourism in Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(11), 1795-1806.
- Hall, S. (1990). *Cultural identity and diaspora*. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence & Wishart.
- Huang, Q., Kumarasinghe, P. J., & Weerasinghe, R. (2023). Unleashing the Chinese tourism market after the Covid-19 epidemic employing a tourist-centric approach: An industry experts' perspective. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100665.
- Intarapadung, A., Koograsang, A., Vichayaworanan, K., Pangprasert, R., Musiri, R., Tomet, K., Kamthorn, W., Bumrungsilp, T., Islam, R., Mirasing, V., Singkhajorn, S., Jarujutarat, J., Phuhirun, E., & Chanplin, P. (2025). KUDICHIN model: Enhancing community-based tourism potential through innovation to create local identity value using wisdom and innovation based on the BCG economy in the Kudi Chin area. *Research Community and Social Development Journal*, 19(1), 19-38.
- Liang, W. H. (2024). Cultural friction during intercultural service encounters with Chinese tourists: perspectives from hotel employees in Australia. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2318868.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1234–1245.
- Rovinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical Principles for Medical Research Involving Human Subjects. *Jama*, 310(20), 2191-2194.