

# แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

## Guidelines for promoting creative community-based tourism under the Smart City development plan in Khon Kaen Province

วัชร ชาญกุล<sup>1</sup>, พุทธศักดิ์ กำจร<sup>2</sup>, วาสนา พวงพรพิทักษ์<sup>2</sup>, วณิศา บุญโฉม<sup>1</sup>  
Watchara Chienkul<sup>1</sup>, Putthasak Kumjorn<sup>2</sup>, Wasana Phuangpornpitak<sup>2</sup>,  
Wanita Boonchom<sup>1</sup>

Received: 22 August 2024

Revised: 21 October 2024

Accepted: 31 October 2024

### บทคัดย่อ

การพัฒนาเมืองอัจฉริยะจังหวัดขอนแก่นเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่การพัฒนาในมิติด้านการท่องเที่ยวยังมีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้การพัฒนาตามแผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะไม่ได้รับการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน ซึ่งมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอันประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นว่าศักยภาพของจังหวัดขอนแก่น มีศักยภาพด้าน การพัฒนา ด้านแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านกำลังคนและชุมชน และด้านการรวบรวมข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนที่ต้องพัฒนา ในด้านความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีความพร้อมในด้านการสนับสนุนและโอกาส รวมถึงความสัมพันธ์และความผูกพันที่ดี แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาคือกลยุทธ์และการบริหารจัดการ ซึ่งนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น 6D Model ดังนี้ 1. ทีมการพัฒนา (Development Team) 2. การพัฒนาแอปพลิเคชันและประสบการณ์การท่องเที่ยว (Digital Experience) 3. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยเทคโนโลยี (Deployment Infrastructure) 4. การพัฒนา

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ, คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

<sup>1</sup> Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen campus

<sup>2</sup> Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen campus

\* Corresponding author: putthasak.ku@muti.ac.th

ข้อมูลจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination Recommendations) 5. การอบรมและพัฒนาทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยี (Digital Skill Enhancement) และ 6. การพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Distribution Channels)

ข้อค้นพบจากงานวิจัยชิ้นนี้จะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะ นอกจากนี้ยังมีส่วนสนับสนุนในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวอัจฉริยะ, เมืองอัจฉริยะ, แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ

## Abstract

The development of smart cities in Khon Kaen Province serves as a crucial mechanism for enhancing tourism to increase competitiveness in the rapidly growing marketing of tourism. However, advancements in the tourism dimension remain limited, resulting in insufficient momentum for the implementation of the Smart City development plan. Currently, this research study aims to investigate the potential and readiness of human resources in tourism and present the guidelines for promoting creative community-based tourism under the Smart City development plan in Khon Kaen Province. This study was qualitative research, collecting data from the interviews of 20 key informants from relevant institutions: public institutions, private institutions, and the community. Semi-structured interviews served as the primary research tool, and content analysis was used as a tool to analyze the data.

The study found that the informants perceive Khon Kaen as having significant potential for tourism development, particularly in tourism sites. However, human resources, community engagement, data collection, and public relations require further development. In terms of human resource readiness in tourism, the Province shows strengths in support and opportunities, as well as in relationships and commitment. Conversely, some issues require development, specifically in the areas of strategy and management, which lead to the proposed 6D model for promoting creative community-based tourism under the Smart City development plan in Khon Kaen Province, which includes: 1. Development team 2. Digital experience 3. Deployment infrastructure 4. Destination recommendations 5. Digital skill enhancement and 6. Distribution channels.

The findings from this research will contribute to the creation of new knowledge regarding smart tourism. Additionally, they will support the planning and formulation of development strategies for tourism in Khon Kaen Province, thereby enhancing the effectiveness of local economic strengthening.

**Keywords:** Creative community tourism, smart tourism, Smart City, Smart City development plan

## บทนำ

กระแสแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีมุ่งเน้นและมีส่วนร่วมกับการประสบการณ์ที่แท้จริงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในด้านศิลปะ มรดก หรือลักษณะพิเศษของสถานที่ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนท้องถิ่น (Singsomboon, 2014; Chiengkul & Kumjorn, 2024) ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องเสริมสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยอิงจากเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่แท้จริงอันสอดคล้องกับตัวตนของนักท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ความภักดี (วัชร เชียงกุล, 2566) ในปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการถูกนำไปประยุกต์ใช้สำหรับ การพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยว สามารถเรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Kusumastuti et al., 2024)

อย่างไรก็ดี แนวคิดการท่องเที่ยวอัจฉริยะกำลังได้รับความสนใจอย่างมาก จากแวดวงนักวิชาการและภาคธุรกิจ (Ye et al., 2020) ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการหลายประเทศได้มีการ บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเดินทางที่ดีและสะดวกสบายมากขึ้น (Jeong & Shin, 2020) สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมถือเป็นแนวคิดสำคัญที่สามารถรองรับเพื่อสร้างทักษะและความสามารถใหม่สำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการส่งมอบประสบการณ์และการบริการที่สะดวกสบายและสนุกสนานแก่นักท่องเที่ยวได้ (Kim & Chen,

2019) ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอัจฉริยะจึงกลายเป็นแรงกระตุ้นและจำเป็นสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ ในปัจจุบัน (Gretzel et al., 2015) สำหรับประเทศไทยเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เป็นที่กล่าวถึงและเป็นวาระเร่งด่วนของหน่วยงานภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและตอบสนองนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (เจณณรงค์ พันธุ์จันทิก และผาน เรื่องธรรมสิงห์, 2562) ทำให้เกิดการพัฒนารวดเร็วและส่งผลให้ทุกองค์กรและชุมชนกลายเป็นองค์กรอัจฉริยะและชุมชนอัจฉริยะเพิ่มมากขึ้น (Williams et al., 2020) ยิ่งไปกว่านั้น แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism Destinations) เกิดขึ้นจากการพัฒนาเมืองอัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีที่ฝังอยู่ในทุกองค์กร และหน่วยงานต่างๆ ซึ่งจุดหมายปลายทางจะใช้ประโยชน์จากการทำงานร่วมกันนี้เพื่อเชื่อมโยงการทำงานระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลที่แพร่หลาย กับองค์ประกอบทางสังคม การใช้แนวคิดเชิงอัจฉริยะนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง รวมถึงส่งเสริมการทำงานของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและการบริการ ซึ่งสามารถเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันในภาคการบริการ ของประเทศได้ (Buhalis & Amaranggana, 2013)

ในแง่นี้ จังหวัดขอนแก่น ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการและให้บริการประชาชน เพื่ออำนวยความสะดวกของประชาชนและคาดหวังสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะอย่างแท้จริง เช่น การบริการระบบร้องทุกข์ด้วย แอปพลิเคชันไลน์ การเพิ่มช่องทางชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง สมาร์ทการ์ดเบี่ยยังชีพผู้สูงอายุ มิสเตอร์เตือนภัยตรวจวัดน้ำอัจฉริยะ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม

ยังคงขาดมิติในการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล (เทศบาลนครขอนแก่น, 2562) ในเชิงนโยบาย จากงานวิจัยในอดีต ได้พบข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นสู่เมืองอัจฉริยะ พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อดิจิทัลจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางทุกจุดเพื่อการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจและส่วนสำคัญคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งผู้นำชุมชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ ควรมีการทำงานร่วมกันเพื่อจะก่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน (ชนเศ วัฒนกุล และคณะ, 2564)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งหวังเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล ผ่านการเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพและความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ เหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับนั้นสามารถนำไปสู่แผนและนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดจนตอบสนองนโยบายไทยแลนด์ 4.0

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพจังหวัดขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

## การทบทวนวรรณกรรม

### *การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community-Based Tourism)*

การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างชุมชน วัฒนธรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวสามารถพัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเน้นการลงมือปฏิบัติสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายและได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ พร้อมทั้งสัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงของพื้นที่ที่พวกเขาไปเยือน (Richards, 2010; Richards, 2019) อย่างไรก็ตาม การมีปฏิสัมพันธ์ที่เข้มข้นระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของพื้นที่จึงทำให้เกิดการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและตอบสนองต่อความต้องการ ทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงการส่งเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและความพร้อมของคนในชุมชน (Raymond, 2007)

### *ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (The potential for promoting Creative Community-Based Tourism)*

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึงความสามารถของจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจจากกิจกรรม การท่องเที่ยวให้กับชุมชน ซึ่งครอบคลุมถึงความสามารถในปัจจุบันอื่นๆ เช่น พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ความสามารถของทรัพยากร สภาพทางการตลาด เทคโนโลยี

และการประชาสัมพันธ์ (Melian-Gonzalez & García-Falcón, 2003) มากไปกว่านั้น ยังเป็นกรอบการประเมินที่ช่วยคาดการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและยังมีประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงนโยบายของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ (Elliot et al., 2011; Andrades & Dimanche, 2017)

ดังนั้น การเสริมสร้างศักยภาพไม่ควรมีเพียงมิติเดียวในการพัฒนา โดยนักวิชาการหลายคนมีความเห็นว่าการเสริมสร้างศักยภาพยังมีมิติอื่นๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ จิตวิทยา สังคม และกำลังคนในชุมชน (Boley & Mcgehee, 2014; Joo et al., 2020; Ramos & Prideaux, 2014) ซึ่งการรับรู้ถึงมิติเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในบริบท การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างรอบด้าน มากยิ่งขึ้น

### **ความพร้อมการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Readiness for promoting Creative Community-Based Tourism)**

ความพร้อมการส่งเสริมการท่องเที่ยวหมายถึง ทักษะความสามารถและคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวตนของบุคคลนั้นๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูง (Shermon, 2004; Sturma et al., 2017) นอกจากนี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยความพร้อมปัจจัยเหล่านี้ เช่น ด้านการสนับสนุนและโอกาส ด้านความสัมพันธ์ ด้านการบริหารจัดการและด้าน กลยุทธ์ (Man and Lau, 2000; Rahman et al., 2016) จากที่กล่าวมาข้างต้น แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ จะต้องมีความครอบคลุม โดยความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นหลัก นอกจากนี้

การพัฒนาชุมชนต้องเริ่มจากฐานล่างขึ้นบน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และพัฒนาตนเองตามความต้องการ รวมถึงความสามารถของพวกเขาเอง การทำเช่นนี้จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับชุมชนซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการส่งเสริมและพัฒนาชุมชน พร้อมทั้งทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ (Lopez et al., 2011)

### **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Approaches for promoting Creative Community-Based Tourism)**

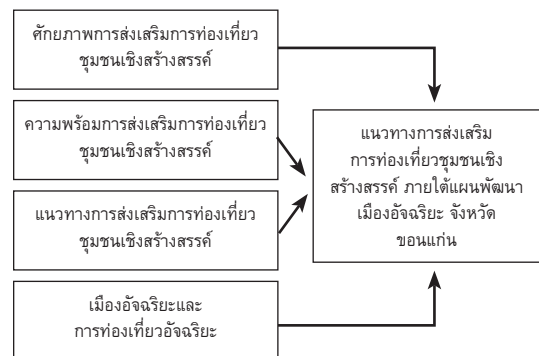
การส่งเสริมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการสร้างความสำเร็จในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้ 1) การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือเผยแพร่ข้อมูลเพื่อดึงดูดและต้อนรับนักท่องเที่ยว 2) การวางแผนกลยุทธ์และการวิจัยเพื่อกระตุ้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต 3) การดำเนินงานเชิงปฏิบัติการของหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4) การทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Moza & Olimpia, 2022) งานวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยังมีอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น การบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้มาเยือน (Baker, 2006)

### **เมืองอัจฉริยะและการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart City and Smart tourism)**

เมืองอัจฉริยะ หมายถึง แนวทางใหม่ในการพัฒนาเมืองโดยใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งมุ่งเน้นการเชื่อมโยงข้อมูล การจัดการทรัพยากร และการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหลายด้าน เช่น การขนส่ง สิ่งแวดล้อม และการบริหารงาน เพื่อสร้างเมืองที่มีความยั่งยืนและมีชีวิตชีวามากขึ้น (Neirotti et al., 2014; Bakici et al., 2013; Harrison et al., 2010) อย่างไรก็ตาม การจัดการเมืองอัจฉริยะ เป็นการรวมตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ผสานกับการท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนประสบการณ์การเดินทางให้มีความหลากหลาย มีประสิทธิภาพ และยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเทคโนโลยีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางได้อย่างสะดวกและเพิ่มความสามารถในการรับข้อมูลได้อย่างครบถ้วน (Gretzel et al., 2015) อนุমানได้ว่า เมืองอัจฉริยะใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดการทรัพยากรและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สามารถช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีขึ้น อีกทั้งสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น (Ye et al., 2020; Jeong & Shin, 2020) มากไปกว่านั้น การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอัจฉริยะนั้นต้องส่งเสริมประสบการณ์ การท่องเที่ยวผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเฉพาะตัวของพื้นที่นั้นๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากการทำงานร่วมกันสามารถสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Buhalis & Amaranggana, 2013)

ทั้งนี้ จังหวัดขอนแก่นมีแผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ ระบบการศึกษา โครงสร้างพื้นฐาน และสาธารณสุข รวมถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน และสถาบันการศึกษา ที่ร่วมกันขับเคลื่อนสร้าง “ขอนแก่นโมเดล” กล่าวได้ว่า แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะนี้ไม่เพียงแค่นั้น การสร้างเมืองอัจฉริยะ แต่ยังรวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาจุดหมายปลายทางอัจฉริยะ (เทศบาลนครขอนแก่น, 2562)

ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นศักยภาพ ความพร้อม และแนวทางการส่งเสริม รวมถึงการเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะของจังหวัดขอนแก่น ดังกรอบแนวคิดการวิจัย (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น มีหมายเลขอ้างอิง HEC-02-66-009 ซึ่งได้รับอนุมัติอย่างเป็นทางการจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมวิจัย

ในมนุษย์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ  
คณะผู้วิจัยเลือกวิธีการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา  
แนวการบรรยาย (Descriptive phenomenology)  
โดยทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยความ  
เป็นกลาง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกและแก่นแท้  
ของปรากฏการณ์ (Wojnar & Swanson, 2007)

**ผู้ให้ข้อมูลหลัก** คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึง  
ความสำคัญของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่  
ถูกต้องและตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา  
วิจัย จึงคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive  
sampling) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้บริหาร  
ระดับหัวหน้างานขึ้นไปหรือเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่  
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 8  
ราย

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชนเป็นหัวหน้าหน่วย  
งานขึ้นไปหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในการกำหนด  
นโยบายขององค์กรหรือเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กร  
ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 5 ราย

กลุ่มที่ 3 ชุมชน เป็นนักปราชญ์หรือผู้  
รู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 ราย

โดยทั้ง 3 กลุ่มที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก  
มีบทบาทในกระบวนการวิจัย ดังนี้ หน่วยงานภาครัฐ  
มีบทบาทในการให้ข้อมูลเชิงนโยบายและแนวทาง  
การพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนให้  
เกิดแผนพัฒนาในเชิงปฏิบัติ สำหรับภาคเอกชนมี  
หน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและแนวทาง  
การพัฒนาการท่องเที่ยวจากมุมมองของภาคธุรกิจ  
ช่วยให้การวางแผนเป็นไปตามความเป็นจริง  
ในตลาด และภาคชุมชน มีบทบาทในการให้ข้อมูล  
เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว  
ในท้องถิ่น รวมถึงเสนอความคิดเห็นที่สำคัญใน  
การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน

**เครื่องมือ** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัย  
ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ได้  
กำหนดประเด็นข้อคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของ  
การวิจัย โดยนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้า  
และทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้การสัมภาษณ์  
เชิงลึก (In-depth interview) อย่างเป็นทางการ โดย  
ใช้เวลาในการสัมภาษณ์รายละ 45 – 50 นาที เพื่อให้  
ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน (Spradley,  
1979)

**การตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย** คณะ  
ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ทำการตรวจสอบความถูก  
ต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบว่า  
แนวคำถามที่ใช้ในการวิจัยสอดคล้องกับประเด็นที่  
ต้องการวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความ  
เหมาะสมของแนวคำถามนั้นว่าครอบคลุมประเด็น  
สำคัญเพียงพอหรือไม่ และหาหาค่าสัมประสิทธิ์ความ  
สอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index:  
IOC) ในทุกข้อมีค่าเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ซึ่งมากกว่า  
0.50 สามารถนำไปใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของ  
การวิจัยในครั้งนี้ได้อย่างครบถ้วน (Bailey, 1987)

**การตรวจสอบข้อมูล** คณะผู้วิจัยได้นำวิธี  
การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation)  
โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา  
สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูล  
ต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยัง  
ได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ เป็นการยืนยันความน่า  
เชื่อถือ ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Denzin,  
1978; Patton, 1999)

**การวิเคราะห์ข้อมูล** หลังจากการตรวจ  
สอบข้อมูล คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการ  
สัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ  
(Interpretation) เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงภาพรวม  
ของข้อมูลที่ได้อย่างละเอียด หลังจากนั้นทำการ  
สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive) โดยเขียนเป็น

ข้อความตามกรอบของวัตถุประสงค์และตอบปัญหาของการวิจัย รวมถึงอาศัยองค์ความรู้จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

## ผลการศึกษา

### 1. ศักยภาพจังหวัดขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนให้ข้อมูล ไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า จังหวัดขอนแก่น มีศักยภาพหลากหลายประเด็นที่โดดเด่น สรุปได้ดังนี้

1.1 ศักยภาพด้านการพัฒนา พบว่า จังหวัดขอนแก่น เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักและที่สำคัญคือเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE City) ถือว่าเป็นตลาดหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามา ทั้งนี้ จังหวัดขอนแก่นให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเป็นเมืองที่สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการได้ประกอบกับมีแผนยุทธศาสตร์ด้านสมาร์ทซิตี้ (Smart City) ตลอดจนมีโครงการและกิจกรรมสู่ระดับอำเภอ ตำบลและชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งชุมชนตอบสนองและให้ความสนใจในการพัฒนาร่วมกัน เช่น ด้านการดำรงชีวิตอัจฉริยะ (Smart living) ประชาชนมีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีความสุขในการดำรงชีวิต จังหวัดขอนแก่น มีเส้นทางและสถานีเดินรถขอนแก่นซีทีบีเอส โครงการระบบขนส่งสาธารณะเป็นรถโดยสารสาธารณะในเขตพื้นที่เมืองขอนแก่น และรองรับการเก็บค่าโดยสารผ่านระบบบัตรอัจฉริยะ สำหรับด้านพลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy) จังหวัดขอนแก่น มีสถานที่กำจัดขยะมูลฝอยเป็นการซีให้เห็นถึงเมืองที่สามารถบริหารจัดการด้านพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยเหล่านี้จึงถือได้ว่า จังหวัดขอนแก่น มีศักยภาพการพัฒนาเมือง

อัจฉริยะอย่างต่อเนื่อง

1.2 ศักยภาพด้านกำลังคนและชุมชน พบว่า จังหวัดขอนแก่น มีสถาบันการศึกษาที่ผลิตกำลังคนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและพัฒนาซอฟต์แวร์ ทำให้นักพัฒนาเหล่านี้จัดตั้งบริษัทภายในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงบวกในการสนับสนุนในเศรษฐกิจด้านไมซ์และชุมชนเป็นอย่างมาก หากมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนถือว่าเป็นสิ่งสามารถส่งเสริมและพัฒนาได้ แต่อย่างไรก็ตามคนในชุมชนยังขาดองค์ความรู้เรื่องเทคโนโลยีแม้ว่าบางชุมชนมีคนรุ่นใหม่ร่วมกันพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสำหรับในแง่ของการมีส่วนร่วม พบว่า ชุมชนกระตือรือร้นด้านการพัฒนาชุมชนอยู่เสมอ อีกทั้งหากชุมชนมีผู้นำที่ดีก็สามารถรับมือกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็งจากภายในที่เกิดจากความร่วมมือกัน หากจะส่งเสริมชุมชนภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะนั้นชุมชนต้องให้ความร่วมมือด้านข้อมูล เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นไปออกแบบทั้งด้านประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience: UX) และการออกแบบปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน (User Interface: UI) เพื่อส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยวได้

1.3 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หากกล่าวถึงในแง่การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะในภาพรวมถือว่าสามารถพัฒนาได้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งและพร้อมรับสิ่งใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนามากไปกว่านั้น จังหวัดขอนแก่น มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้ ยกตัวอย่างเช่น หินช้างสี ภูผาม่าน เทียววิถีสีชมพู หมู่บ้านนุงจาง และชุมชนผ้าไหมชนบท เป็นต้น

1.4 ศักยภาพการรวบรวมข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ พบว่า จังหวัดขอนแก่น ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เช่น ข้อมูลที่ทันสมัย ความถูกต้องของข้อมูล รูปภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แต่ละพื้นที่ได้มีการพัฒนา อีกทั้งข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลให้นักพัฒนารวมถึงผู้ประกอบการได้เห็นแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา จังหวัดขอนแก่น

## 2. ความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยว ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนให้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน สรุปได้ ดังนี้

2.1 ความพร้อมเชิงสนับสนุนและโอกาส พบว่า จังหวัดขอนแก่น ได้เล็งเห็นถึงโอกาสและความสำคัญทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่มีทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งคนในชุมชนพร้อมร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผนวกกับการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น เช่น ภาคเอกชนมีการลงทุนการสร้างอาคารขอนแก่น อินโนเวชั่น เซ็นเตอร์ เมื่อมีการจัดกิจกรรมอื่นจะทำให้ชุมชนต่างๆ ได้มาเข้าร่วมและนำสินค้าชุมชนมาจัดจำหน่าย รวมถึงการบริการขนส่งนักท่องเที่ยวด้วยสมาร์ทบัส (Smart bus) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและส่งเสริมในประเด็นนี้กับหน่วยงานต้องมีการคัดเลือกชุมชนนำร่อง เนื่องจากไม่สามารถจัดทำได้ทุกชุมชน อีกทั้งต้องมีผู้นำชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีชุมชนนำร่อง

ที่มีสินค้า กิจกรรม และพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนได้จึงจะเกิดประสิทธิผลจากการพัฒนาอย่างแท้จริง

2.2 ความพร้อมเชิงความสัมพันธ์และความผูกพัน พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมด้านกระบวนการสื่อสาร การสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งในด้านการติดต่อประสานงาน การประชุมอย่างต่อเนื่อง และทุกหน่วยงานมีการปฏิบัติงานร่วมกัน สามารถเชื่อมโยงข้อมูล แลกเปลี่ยนกันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการสื่อสารที่ดี เช่น การตั้งสมาคมต่างๆ เพื่อให้เห็นว่าจังหวัดขอนแก่นมีผู้นำในการพัฒนาในด้านใดบ้าง รวมทั้งมีหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดตั้งในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. (Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) : TCEB) อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ Creative Economy Agency (CEA) เป็นต้น นอกจากนี้ มีการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะ โดยทุกหน่วยงานมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนกันผ่านกระบวนการในการลงพื้นที่ตามโครงการและภารกิจของหน่วยงานนั้นๆ ตามปีงบประมาณ แต่สำหรับการจัดเวทีประชาคมยังไม่เคยจัดขึ้นในการแบ่งปันข้อมูลกันระหว่างหน่วยงาน อย่างไรก็ตาม เมื่อหน่วยงานภาครัฐลงพื้นที่ชุมชนส่วนใหญ่ มีประเด็นปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกันออกไปซึ่งส่วนใหญ่ความต้องการ คือ งบประมาณสนับสนุน การปรับปรุงภูมิทัศน์ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญ

กับห่วงโซ่คุณค่าซึ่งต้องมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่ ร้อยเรียงกันได้ทั้งหมดก่อน เพื่อทำแพลตฟอร์ม ออกมาจึงจะเกิดข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ดูและ ตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

2.3 ความพร้อมเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการ พบว่า จังหวัดขอนแก่น ยังต้องพัฒนาใน การสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะ ถึงแม้ว่าด้วยศักยภาพของความร่วมมือและศักยภาพ ของจุดหมายปลายทางและชุมชน และมีกิจกรรม โครงการ พร้อมทั้งมีหน่วยงานภาคการศึกษา หน่วยงาน สมาคมต่าง ๆ ถือว่าเป็นโอกาสให้หน่วยงานได้ คิดสิ่งใหม่ให้กับชุมชนแต่ยังต้องพัฒนาขึ้นอีก อย่างไรก็ตาม ศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งสนับสนุนทางกายภาพ การเงิน และเทคโนโลยีทั้งภายนอกและภายในของธุรกิจ ครอบคลุมการวางแผน การจัดการเกี่ยวกับ ระบบฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวอัจฉริยะมี ฐานข้อมูลค่อนข้างกระจายไม่มีฐานข้อมูลกลาง และ ยังขาดการบูรณาการกัน รวมทั้งระบบฐานข้อมูล การท่องเที่ยวค่อนข้างน้อยและไม่เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ยังไม่มีกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนด้าน การท่องเที่ยวอัจฉริยะ แม้ว่าจะมีหน่วยงานที่เคย กล่าวถึง แต่ยังไม่ได้กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน สำหรับข้อจำกัดสำคัญคือ ทรัพยากรมนุษย์ ความ ต่อเนื่อง และงบประมาณในการพัฒนา

### 3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมือง อัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบ 6 ด้านที่สำคัญเพื่อ เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิง สร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัด ขอนแก่น 6D Model ดังนี้ ด้านที่ 1 ทีมการพัฒนา (Development Team); ด้านที่ 2 การพัฒนา

แอปพลิเคชันและประสบการณ์ของการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Digital Experience); ด้านที่ 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยเทคโนโลยีของ การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Deployment Infrastructure); ด้านที่ 4 การพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Destination Recommendations); ด้านที่ 5 การ อบรมและพัฒนาทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยีสำหรับ ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Digital Skill Enhancement) และด้านที่ 6 การพัฒนาการตลาด และการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการรับรู้ การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Distribution Channels) สามารถอธิบายได้ดังนี้

#### ด้านที่ 1 ทีมการพัฒนา (Development Team)

1.1 จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น เพื่อ กำหนดเป้าหมายและจัดทำแผนแม่บททั้งระยะ สั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ จังหวัดขอนแก่น

1.2 คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิง สร้างสรรค์ที่มีศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่โดดเด่น เพื่อจัดทำชุมชนนำร่องการท่องเที่ยว อัจฉริยะ ได้แก่ หินช้างสี ภูผาม่าน เทียววิถีสีชมพู หมู่บ้านงูจงอาง และชุมชนผ้าไหมชนบท เป็นต้น

1.3 พัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีของ การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนา เว็บไซต์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ที่นำ เสนอข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่นเพื่อ ช่วยให้การค้นหาข้อมูลสะดวกขึ้น

1.4 ส่งเสริมการสร้างความร่วมมือในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น ระหว่างทีมพัฒนาและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน

ส่งเสริมให้มีสมาร์ทบัสให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

## **ด้านที่ 2 การพัฒนาแอปพลิเคชันและประสบการณ์ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Digital Experience)**

2.1 พัฒนาแอปพลิเคชันที่มีการสื่อความหมายการนำเที่ยวและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง เป็นต้น

2.2 พัฒนาแอปพลิเคชันที่มีรูปแบบ (Feature) การถามตอบ การเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว และสามารถคิดคำนวณค่าใช้จ่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้

2.3 พัฒนาแอปพลิเคชันที่ให้เห็นการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ โดยเป็นข้อมูลการจองโดยไม่ผ่านแพลตฟอร์มตัวกลาง (Direct booking) เช่น โฮมสเตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น เมนูอาหารตามฤดูกาล เมนูเมดิซีนขอนแก่น ซึ่งสามารถติดต่อกับชุมชนหรือผู้ประกอบการได้ เพื่อเชื่อมโยงนักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

## **ด้านที่ 3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยเทคโนโลยีของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Deployment Infrastructure)**

3.1 พัฒนาการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ เช่น การติดตั้งเทคโนโลยีสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless-Fidelity: Wi-Fi) ที่ครอบคลุมในพื้นที่

3.2 ส่งเสริมการใช้สมาร์ทบัสให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ชุมชนนำร่องการท่องเที่ยวอัจฉริยะ ได้แก่ หินช้างสี ภูผาม่าน เทียววิถี สีส้มพู่ หมูบ้านงูจงอาง และชุมชนผ้าไหมชนบท เป็นต้น

3.3 พัฒนาระบบการจัดการข้อมูลกลางที่รวมข้อมูลจากหลากหลายแหล่งและทำให้สามารถเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยว ข้อมูลการเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

3.4 ส่งเสริมการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบ (Interactive Design) ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสและโต้ตอบกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้าได้โดยตรง ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและได้รับข้อมูลต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ผ่านสื่อข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอ และเสียงบรรยายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3.5 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชน เช่น ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

## **ด้านที่ 4 การพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Destination Recommendations)**

4.1 สร้างระบบการจองโดยทำเป็นฐานข้อมูล (Data base) เช่น รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว แยกตามอำเภอ ประเภทแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักโฮมสเตย์ ให้ครบห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นข้อมูล

4.2 ส่งเสริมการสร้างสรรคเนื้อหา (Content) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4.3 พัฒนาและปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย มีภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีข้อคิดเห็นจากนักทริวในข้อมูล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเกิดการตัดสินใจซื้อ

4.4 แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูลกลางและฐานข้อมูลสามารถเชื่อมโยงกันได้ เช่น ตารางข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละเดือนของชุมชนนั้นๆ

## **ด้านที่ 5 การอบรมและพัฒนาทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยีสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Digital Skill Enhancement)**

5.1 การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยีสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

5.2 การส่งเสริมชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเรียนรู้การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

5.3 การส่งเสริมชุมชนและผู้ประกอบการด้านใช้ระบบจัดการข้อมูลและเนื้อหาของหน้าเว็บไซต์ (Content Management Systems) เพื่อสร้างและบริหารจัดการเว็บไซต์ทำระบบการจองล่วงหน้า หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ

5.4 การพัฒนาทักษะกระบวนการคิดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านสื่อและเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

5.5 การพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือปัญญาประดิษฐ์ (Chatbot) สำหรับบริการลูกค้าและนักท่องเที่ยว

## **ด้านที่ 6 การพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการรับรู้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Distribution Channels)**

6.1 พัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดชุมชนสร้างสรรค์ผ่านอาหารท้องถิ่นบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจจุดเด่นหรือเสน่ห์ของจังหวัดขอนแก่น เช่น ร้านอาหาร ฟาร์มสเตย์ ทำหมุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นลักษณะการทำงานแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยว

(Local co-creation) กับชุมชนโดยเอาวัตถุดิบเด่นจากชุมชนแต่ละพื้นที่มาเป็นเมนูอาหาร การเล่าเรื่องเป็นอาหาร “พาสวย พากิน พาเที่ยว”

6.2 ส่งเสริมงบประมาณการจัดทำสื่อดิจิทัลวิดีโอทัวร์เสมือนจริง (Virtual tour) และการเล่าเรื่อง (Storytelling) ของการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

6.3 พัฒนาแอปพลิเคชันให้มีเทคโนโลยีการนำภาพเสมือนหรือวิดีโอเสมือนมาใช้กับโลกความเป็นจริง (Augmented Reality: AR) หรือการจำลองโลกเสมือนผ่านการสร้างภาพจำลองขึ้นมาใหม่ (Virtual Reality: VR) ที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ในรูปแบบเสมือนจริง

6.4 ส่งเสริมความร่วมมือการทำงานร่วมกับผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

## **สรุปและอภิปรายผล**

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพด้านการพัฒนา ด้านแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านกำลังคนและชุมชน และด้านการรวบรวมข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนที่ต้องพัฒนา สอดคล้องกับ Fyall (2011) ค้นพบว่า เมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะนั้นขึ้นอยู่กับ การแบ่งปันข้อมูลระหว่างภาครัฐและเอกชน ส่วนผู้เยี่ยมชมและผู้อยู่อาศัยมีบทบาทสำคัญในการให้และรับข้อมูล นอกจากนี้องค์ประกอบของเมืองอัจฉริยะ ประกอบด้วย การบริการ โครงสร้างพื้นฐาน ที่ดิน และ การท่องเที่ยวอัจฉริยะ ประกอบด้วย การขนส่ง ที่พัก อาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและบริการเสริม ถูกผสมผสานให้บูรณาการและ

ประสานงานกันจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวอัจฉริยะในทั้งสามขั้นตอนการเดินทาง (ก่อน ระหว่าง และหลัง) นอกจากนี้การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยบริบทในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นอย่างมาก และการศึกษาของ Crouch (2011) แสดงถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องระบุจุดแข็งที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ และจุดที่ต้องการให้ได้รับการพัฒนา

สำหรับด้านความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น พบว่า มีความพร้อมด้านสนับสนุนและโอกาส ด้านความสัมพันธ์และความผูกพัน ส่วนต้องพัฒนา คือ ด้านกลยุทธ์และการบริหารจัดการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2020) พบว่า แนวคิดเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะและ กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องเป็นหนทางในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเมืองที่เผชิญกับปัญหาใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการรับรู้ เชิงลบของผู้อยู่อาศัยต่อการท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะช่วยให้เมืองสามารถรับมือกับความท้าทายนี้ได้โดยการสร้างพื้นที่ในเมืองที่ผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยวสามารถผลิตเพลินร่วมกันได้

ข้อค้นพบดังกล่าวนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น 6D Model ดังนี้

ทีมการพัฒนา (Development Team) ในด้านนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Connor (2023) ค้นพบว่า หากไม่มีแนวทางการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวก็ไม่น่าจะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งที่ใหญ่กว่า การใช้แนวทางการท่องเที่ยวอัจฉริยะจะทำให้เครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีประสิทธิภาพมากกว่าและยัง

ส่งผลให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมจุดหมายปลายทางให้ครอบคลุมและเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัย Serra et al. (2017) ได้ศึกษาองค์กรจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Organizations: DMOs) ของบาร์เซโลนาและแสดงให้เห็นว่าการขาดกรอบวิสัยทัศน์แบบ องค์กรรวมและตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่องเที่ยวเป็นการจำกัดการสร้างมูลค่าร่วมกันสำหรับเมืองอัจฉริยะ ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหานี้เมืองบาร์เซโลนาจึงได้จัดตั้งสภาการท่องเที่ยวและเมืองอัจฉริยะซึ่งมีตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวงกว้าง แม้ว่าจะเป็นเพียงเพื่อวัตถุประสงค์ในการปรึกษาหารือก็ตาม

การพัฒนาแอปพลิเคชันและประสบการณ์ของการท่องเที่ยว (Digital Experience) สอดคล้องกับ Dorcic et al. (2018) ค้นพบว่าเทคโนโลยีมือถือและแอปพลิเคชันในการท่องเที่ยวอัจฉริยะมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวโดยนำเสนอแนวโน้มและข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการใช้สมาร์ตโฟนและแอปพลิเคชันมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอัจฉริยะ และเป็นไปตามการให้คำนิยามของ Gretzel et al. (2015) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวอัจฉริยะหมายถึงการใช้เทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลจำนวนมากมหาศาลและให้การสนับสนุนโดยตรงต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในจุดหมายปลายทาง และสะท้อนถึงนักท่องเที่ยวปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu et al. (2015) พบว่า นักท่องเที่ยวมักจะใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันมือถือเสมอหากพวกเขาคิดว่าเทคโนโลยีและแอปพลิเคชันเหล่านั้นมีประโยชน์และใช้งานง่าย เช่น การค้นหาข้อมูลการเดินทาง การซื้อบริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง การจองโรงแรม นอกจากนี้งานวิจัย

ของ Jung et al. (2015) ค้นพบว่า การปรับปรุงประสบการณ์ในจุดหมายปลายทางโดยการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันมือถือทำให้ลูกค้าต้องการประหยัดเวลา มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น

การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยเทคโนโลยี (Deployment Infrastructure) ซึ่งให้เห็นว่าข้อควรพิจารณาที่ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์เมืองอัจฉริยะ (Budhiputra & Putra, 2016) เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Brynjolfsson (1993) ได้สะท้อนถึงว่า การใช้เทคโนโลยีเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ งานวิจัยของ Chen et al. (2014) ยังแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อประสิทธิภาพขององค์กรนั้นได้รับการยอมรับในกระบวนการทางธุรกิจเป็นอย่างมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Ivars-Baidal et al. (2024) ค้นพบว่า นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะมุ่งเน้นไปที่ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางสังคม โดยระยะเริ่มต้นของการพัฒนาจะเชื่อมโยงกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง เช่น สิ่งแวดล้อม การเชื่อมต่อ และการสร้างเซ็นเซอร์ นอกจากนี้ ยังเพิ่มประเด็นนโยบายการส่งเสริมนวัตกรรมจากมุมมองทางสังคมและความยั่งยืน

การพัฒนาข้อมูลจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination Recommendations) สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าของ Baggio et al. (2020) พบว่า การแทรกข้อมูลดิจิทัลสามารถสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวไปสู่ความชาญฉลาดได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทางกายภาพของระบบระบบนิเวศทางธุรกิจได้รับการออกแบบใหม่ในระดับลึกและมีเหตุผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheingkul and Kumjorn (2024) ได้ค้นพบว่า การนำเสนอ

ข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เสริมสร้างวัฒนธรรมและยั่งยืน สามารถสร้างความสนใจและค่านิยมของคนรุ่นใหม่ สร้างความเข้าใจ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ทำให้จุดหมายปลายทางและธุรกิจสามารถสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องและน่าดึงดูดใจที่ตอบสนองความอยากรู้และเสริมสร้างการค้นพบตัวเองได้

การอบรมและพัฒนาทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยี (Digital Skill Enhancement) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธศักดิ์ กำจร (2565) ซึ่งเห็นว่าการสนับสนุนให้มีการจัดอบรมและพัฒนาคนในชุมชนด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่และการบริหารจัดการ ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับ Schmidt-Rauch and Schwabe (2014) พบว่า แนวทางการจัดการพัฒนาและอบรมกำลังคนสามารถนำไปใช้เพื่อระบุงัดการและใช้ประโยชน์จากโอกาส ความท้าทายรวมทั้งความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวอัจฉริยะและเพื่อกำหนดรูปแบบธุรกิจของตนใหม่และรักษาความสามารถในการแข่งขันได้

การพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Distribution Channels) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sigala and Marinidis (2012) พบว่า การพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลช่วยให้บริษัทด้านการท่องเที่ยวมีความชาญฉลาดมากขึ้นในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการแข่งขันและกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การจัดซื้อหรือการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการทรัพยากรบุคคล การบริการและการจัดการลูกค้า และการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธศักดิ์ กำจร และคณะ (2567) พบว่า รูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว อัลบั้มรูปภาพ

การท่องเที่ยว โคเวิร์คคอนเทนต์การท่องเที่ยว  
ไปรษณีย์คอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวก  
ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าศักยภาพ  
และความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่อง  
เที่ยว จังหวัดขอนแก่น มีความหมายและมีคุณค่า  
สำหรับ นักวางแผนและผู้กำหนดนโยบายด้าน  
การท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐ  
ภาคเอกชน และชุมชน ซึ่งสามารถเสนอแนะ  
ได้สามประการที่สำคัญ ดังนี้

ประการแรกศักยภาพของจังหวัดขอนแก่น  
ด้านกำลังคนและชุมชน ควรมีการเชื่อมโยงระหว่าง  
สถาบันการศึกษาที่ผลิตกำลังคนด้านเทคโนโลยี  
ดิจิทัลกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อพัฒนาและ  
ใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว  
นอกจากนี้ ควรจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี  
แก่ชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการใช้ข้อมูล  
และพัฒนาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และด้าน  
การรวบรวมข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน  
ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องให้การสนับสนุน  
การสร้างระบบการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและ  
ทันสมัย เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและ  
กิจกรรมต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย และข้อมูลสถิติ  
จำนวนนักท่องเที่ยวจะช่วยในการพัฒนาสินค้าและ  
บริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทาง  
การท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ประการที่สองด้านความพร้อม หน่วยงาน  
ที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจน  
ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอัจฉริยะ  
รวมถึงการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถ  
ดำเนินการตามแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
รวมทั้งควรมีการสร้างโครงการและกิจกรรมใหม่ๆ  
ที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใน

ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้จังหวัด  
ขอนแก่นสามารถใช้ศักยภาพของความร่วมมือ  
ในชุมชนและหน่วยงานภาคการศึกษาได้อย่างเต็มที่  
ประการที่สามแนวทางการส่งเสริม การท่องเที่ยว  
ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ  
จังหวัดขอนแก่น ในบทบาทของเมืองอัจฉริยะ  
และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัจฉริยะ จังหวัด  
ขอนแก่น จำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบายและ  
มีแผนปฏิบัติการอย่างชัดเจน การบรรจบกันของประเด็น  
ทั้งสองสิ่งนี้จึงมีความสำคัญอย่างมาก แม้แต่  
เมืองที่มีกลยุทธ์และนโยบายด้านการท่องเที่ยว  
เชิงอัจฉริยะแล้วยังจำเป็นต้องมีการออกแบบ  
หน่วยงานและการขยายขอบเขตการมีส่วนร่วม  
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่องเที่ยวอัจฉริยะ  
ในแง่นี้การมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งหาก  
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนายังไม่ชัดเจนใน  
ด้านนี้อาจจะนำไปสู่ความเสี่ยงในการพัฒนา  
การท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ชุมชน  
ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการใช้  
เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง

สุดท้าย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านนโยบาย  
และแผนของจังหวัดขอนแก่น ควรส่งเสริมให้แหล่ง  
ท่องเที่ยวชุมชนได้รับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว  
เชิงอัจฉริยะเพื่อรับมือและสร้างความเข้มแข็ง  
ของบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้ทันต่อการ  
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนี้

โดยสรุป ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยนี้  
มีประโยชน์สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสามารถนำแนวทางการ  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายใต้  
แผนพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดขอนแก่น 6D  
Model ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
ทั้งภาครัฐและเอกชนได้รับข้อมูลที่จำเป็นในการ  
วางแผนและพัฒนา นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มี  
ประสิทธิภาพในจังหวัดขอนแก่น อีกทั้งช่วยเตรียม

ความพร้อมให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชน ให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นได้ในอนาคต

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) สัญญาเลขที่ FF67/P1-043

## เอกสารอ้างอิง

- เจนณรงค์ พันธุ์จันทิก และฉาน เรืองธรรมสิงห์. (2562). การพัฒนาเมืองขอนแก่นให้เป็นเมืองอัจฉริยะ: พัฒนาการและความก้าวหน้า. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล ครั้งที่ 5 (น. 581-592).
- เทศบาลนครขอนแก่น. (2562). รายงานผลปฏิบัติการ ประจำปี 2562. หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- ธเนศ วัฒนกุล, ช่อ วายุกัทธ์, มานิตย์ ผิวขาว และกุลพิมล วงษ์คง. (2564). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัดไชยศรีเพื่อรองรับการเป็นขอนแก่นเมืองอัจฉริยะ. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 17(2), 1-16.
- พุทธศักดิ์ กำจร. (2565). การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชนท่าพระ เพื่อรองรับการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(1), 88-101.
- พุทธศักดิ์ กำจร, กมลานนท์ ซอประกษ์จันทร์, พรนัชชา ออบถม และธันย์มิกา สีหลง. (2567). อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 19(68), 42-51.
- วัชระ เชียงกุล. (2566). การสร้างความภาคภูมิใจผ่านความสอดคล้องในตนเองและประสบการณ์สำหรับงานเทศกาลทางวัฒนธรรม กรณีศึกษางานเทศกาลไหมนานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(1), 73-87.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376.
- Baggio, R., Micera, R., & Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations: a critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(13).
- Bailey, K. D. (1987). *Methods of social research* (3<sup>rd</sup> ed). Collier Macmillan.
- Baker, M. (2006). *Marketing: An introductory text* (7<sup>th</sup> ed.). Westburn Publishers Ltd.
- Bakici, T., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A Smart City initiative: The case of Barcelona. *Journal of the Knowledge Economy*, 4, 135-148.
- Boley, B., & Mcgehee, N. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS). *Tourism Management*, 45, 85-94.

- Brynjolfsson, E. (1993). The productivity paradox of information technology. *Communications of the ACM*, 36(12), 66-77.
- Budhiputra, P. M., & Putra, K. P. (2016). *Smart City framework based on business process re-engineering approach*. 2016 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS), 69-73.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2014: Proceedings of the international conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014* (pp. 553-564). Springer International Publishing.
- Chiengkul, W., & Kumjorn, P. (2024). Delving into cultural immersion: Enhancing empathy and attachment in creative cultural tourism in Thailand. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-27.
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27-45.
- Denzin, N. K. (1978). *Sociological methods: A sourcebook*. McGraw-Hill.
- Dorcic, J., Komsic, J., & Markovic, S. (2018). Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art. *Tourism Review*, 74(1).
- Elliot, S., Papadopoulos, N., & Kim, S. S. (2011). An integrative model of place image: Exploring relationships between destination, product, and country images. *Journal of Travel Research*, 50(5), 520-534.
- Fyall, A. (2011). Destination management: Challenges and opportunities. *Destination Marketing and Management*, 340.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & Williams, P. (2010). Foundations for smarter cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4), 1-16.
- Ivars-Baidal, J., Casado-Díaz, A. B., Navarro-Ruiz, S., & Fuster-Uguet, M. (2024). Smart tourism city governance: exploring the impact on stakeholder networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(2), 582-601.
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464–1477.
- Joo, D., Woosnam, K., Strzelecka, M., & Boley, B. (2020). Knowledge, empowerment, and action: Testing the empowerment theory in a tourism context. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 69–85.

- Jung, T., Chung, N., & Leue, M. C. (2015). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park. *Tourism Management, 49*, 75-86.
- Kim, H., & Chen, J. S. (2019). The memorable travel experience and its reminiscence functions. *Journal of Travel Research, 58*(4), 637–649.
- Kusumastuti, H., Pranita, D., Viendyasari, M., Rasul, M. S., & Sarjana, S. (2024). Leveraging local value in a post-smart tourism village to encourage sustainable tourism. *Sustainability, 16*(2), 873.
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability, 12*(10), 3958.
- Lopez-Guzman, T., Sanchez-Canizares, S., & Pavon, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 6*(1), 69–84.
- Lu, J., Wang, M., Mao, Z., & Hu, L. (2015). Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel app adoption. *Current Issues in Tourism, 18*(11), 1059-1079.
- Melian-Gonzalez, A., & García-Falcón, J. M. (2003). Competitive potential of tourism in destinations. *Annals of Tourism Research, 30*(3), 720-740.
- Moza, M. D., & Olimpia, B. A. N. (2022). Promotion in tourism: A brief history and guidelines of the new communication paradigm. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 31*(2).
- Neirotti, P., De Marco, A., Cagliano, A. C., Mangano, G., & Scorrano, F. (2014). Current trends in Smart City initiatives: Some stylised facts. *Cities, 38*, 25-36.
- O'Connor, P. (2023). Small-and medium-sized tourism enterprises and smart tourism: Tourism agenda 2030 perspective article. *Tourism Review, 78*(2), 339-343.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Sciences Research, 34*, 1189–1208.
- Ramos, A. M., & Prideaux, B. (2014). Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque: Empowerment issues in sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism, 22*(3), 461–479.
- Raymond, C. (2007). *Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism*. Routledge.
- Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In R. Wurzbürger, T. Aageson, A. Pattakos & S. Pratt (Eds.), *Creative tourism: A global conversation* (pp. 78–90). The City of Santa Fe.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: Opportunities for smaller places?. *Tourism & Management studies, 15*(SI).

- Schmidt-Rauch, S., & Schwabe, G. (2014). Designing for mobile value co-creation—the case of travel counselling. *Electronic Markets*, 24(1), 5–17.
- Serra, J., Font, X., & Ivanova, M. (2017). Creating shared value in destination management organisations: The case of Turisme de Barcelona. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 385-395.
- Shermon, G. (2004). *Competency-based HRM: A strategic resource for competency mapping, assessment and development centres*. Tata McGraw-Hill.
- Sigala, M., & Marinidis, D. (2012). Web map services in tourism: A framework exploring the organisational transformations and implications on business operations and models. *International Journal of Business Information Systems*, 9(4), 415–434.
- Singsomboon, T. (2014). Tourism promotion and the use of local wisdom through creative tourism process. *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2), 32-37.
- Spradley, J. (1979). *The ethnographic interview*. Holt, Rinehart & Winston.
- Sturma, R. E., Vera, D., & Crossan, M. (2017). The entanglement of leader character and leader competence and its impact on performance. *The Leadership Quarterly*, 28, 349-366.
- Williams, A. M., Rodriguez, I., & Makkonen, T. (2020). Innovation and smart destinations: Critical insights. *Annals of Tourism Research*, 83, 102930.
- Wojnar, D. M., & Swanson, K. M. (2007). Phenomenology: An exploration. *Journal of Holistic Nursing*, 25, 172-180.
- Ye, B. H., Ye, H., & Law, R. (2020). Systematic review of smart tourism research. *Sustainability*, 12, 3401.