แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

Guidelines for the Development of Creative Cultural Tourism in Khon Kaen Province

วัชระ เชียงกูล
Watchara Chiengkul
พุทธศักดิ์ กำจร*
Putthasak Kumjorn
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Isan, Khonkaen Campus
*putthasak.ku@rmuti.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ในจังหวัดขอนแก่น งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 21 คน ซึ่งมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชน การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความเห็นว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นต้องมีสิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นอันประกอบไปด้วยวัฒนธรรม 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ ประเภทวัฒนธรรมพื้นบ้านอาหารท้องถิ่น ประเภทดนตรี ประเภทประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและงานเทศกาล และประเภทศิลปะหัตถกรรม ด้านความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ในจังหวัดขอนแก่นนั้น พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และความพร้อมด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่ และการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังคงมีส่วนที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านระบบข้อมูล และด้านความปลอดภัย

ข้อค้นพบดังกล่าวนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ในจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 4 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 ด้านการบริหารจัดการ มิติที่ 2 ด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว มิติที่ 3 ด้านการส่งเสริมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว และมิติที่ 4 ด้านการพัฒนาสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

Received : September 22, 2023 **Revised :** December 12, 2023 **Accepted :** January 5, 2024

คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This study aims to investigate the potential and readiness for the development of creative cultural tourism and present the guidelines for developing creative cultural tourism in Khon Kaen Province. This study used qualitative research methods collecting data from the interviews with 21 key informants from relevant institutions: public institutions, private institutions, and the community. Content analysis was used as a tool to analyze the data.

The study found that most of the key informants agreed that the potential of cultural tourism must have distinctive and unique attractions in the area, which consisted of five culture categories: the archaeology and museum category, the folk culture and local food category, the music category, the traditions and beliefs related to religion and festivals category, and the arts and crafts category. For the readiness of the development of creative cultural tourism in Khon Kaen Province, it was found that Khon Kaen had readiness in the distinctive and unique culture and in the participation of all relevant institutions in the development and the conservation, restoration, dissemination, and value creation for tourist attractions. However, some aspects, such as management, information systems, and safety, still need to be improved and developed.

The findings above led to the development of creative cultural tourism in Khon Kaen Province in four dimensions as follows: Dimension 1, tourism management; Dimension 2, the development of tourism activities; Dimension 3, the promoting of community and destination; and Dimension 4, the development of media to publicize and disseminate.

Keywords : tourism development, cultural tourism, creative tourism

บทนำ

หลายประเทศเริ่มให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดขึ้น โดยมีประเด็นหนึ่งที่ให้ความสำคัญ กล่าวคือการให้ความเคารพต่อสิ่งที่เป็นแก่นแท้ทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการร่วมอนุรักษ์ การค้นหาแนวทางการรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางประเพณี อีกทั้งสนับสนุนการสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันจึงทำให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ได้กลายเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกยอดนิยมที่แต่ละประเทศหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน (Suhartanto et al., 2020) โดยวัฒนธรรมถือเป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของประเทศชาติที่สำคัญ เพราะเกิดจากประวัติศาสตร์ร่วมกันและถูกหล่อหลอม

โดยองค์ความรู้ท้องถิ่น (Werf et al., 2020) ทั้งนี้ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและท้องถิ่นจะนำมาซึ่งกิจกรรมทางวัฒนธรรม อันเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและการบริการเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและความสามัคคีของประเทศชาติ (Werf et al., 2018) จากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการบริการพบว่า เสน่ห์ทางวัฒนธรรม ความดั้งเดิม และมรดกของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวจะเป็นสื่อกลางที่ทรงพลังสำหรับการนำไปสู่การเสริมสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Butler, 2014)

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติประเด็นด้านวัฒนธรรมยังไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ จึงทำให้เกิดแนวคิดที่ซ้ำกัน จากนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ได้มีการลงทุนในการปรับภูมิทัศน์ สร้างอาคาร รวมทั้งงานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ในเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวให้โดดเด่นมากขึ้น เพื่อสร้างจุดดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ต่อยอดออกเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นการท่องเที่ยวที่หลายประเทศได้รับการยอมรับมากขึ้น ทั้งในแง่ของแนวความคิดและการเชื่อมโยงของความร่วมมือสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาร่วมกันในรูปแบบของเครือข่าย (ETS, 2020)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นผลจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและองค์ความรู้ท้องถิ่นจากคนในพื้นที่ ซึ่งมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการพัฒนาที่ปกป้องวัฒนธรรมดั้งเดิม (Richards, 2000; Zhang et al., 2019) ทั้งนี้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ที่หลากหลายได้เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ภูมิทัศน์ กิจกรรม และคนในชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังกลายเป็นส่วนสำคัญของการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่ช่วยให้เกิดความตระหนักถึงจิตสำนึกทางวัฒนธรรมของผู้คน (Pan & Zhang, 2019)

ทั้งนี้ จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มีต้นทุนทางวัฒนธรรมและการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นเมืองสำคัญด้านการท่องเที่ยว เป็นเมืองแห่งการจัดประชุมสัมมนา (MICE City) และขอนแก่นเมืองหัตถกรรมโลกแห่งผ้ามัดหมี่ (Khon Kaen World Craft City for Ikat: Mudmee) ที่จะก่อให้เกิดมูลค่าเศรษฐกิจและมีโอกาสในการสร้างเป็น “Soft Power” ของไทยด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ พัฒนาต่อยอดด้านการออกแบบอัตลักษณ์ของชุมชนในรูปแบบร่วมสมัย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน (Thailandplus, 2022) ถือเป็นการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น จากความสำคัญข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์จังหวัดขอนแก่น ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับนั้นสามารถนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาเชิงนโยบายให้กับจังหวัดขอนแก่นเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวในสถานที่สวยงามเพียงชั่วคราว เพื่อสำรวจค้นหา หรือเพื่อการเรียนรู้จากประวัติศาสตร์ วัตถุโบราณอย่างแท้จริง (Scott, 2014) ทั้งนี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับมรดกของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมในอดีตเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงผู้คนและวิถีชีวิตของพวกเขาในสถานที่นั้น จนก่อให้เกิดความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม ยกตัวอย่างเช่น งานประเพณี เทศกาล อาคารประวัติศาสตร์ เป็นต้น (Richards, 2001)

นอกจากนี้ UNWTO (2018) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ในการเรียนรู้ การค้นหาประสบการณ์และการได้ลิ้มรสกับแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Culture) เช่น โบราณวัตถุ โบราณสถาน (อาคารและสถานที่) แหล่งโบราณคดี สถานที่ที่เป็นมรดกโลกและมรดกประเทศ เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) หมายถึง การปฏิบัติ การแสดงออก ความรู้ ทักษะ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ วัตถุ เครื่องมือ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งเหล่านั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Raymond (2007) ได้นำเสนอคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งระบุว่าเป็นการท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงความจริงแท้ของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ ในกิจกรรมเชิงปฏิบัติ (Workshop) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยวได้สำรวจศักยภาพและทักษะเชิงสร้างสรรค์ของตน อีกทั้งยังได้สัมผัสกับคนกลุ่มเล็ก ๆ ในท้องถิ่นและวัฒนธรรมของพวกเขา แม้ว่าคำจำกัดความเหล่านี้จะแตกต่างกันแต่ทั้งหมดมีองค์ประกอบร่วมกัน นั่นคือประสบการณ์การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เน้นที่วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้หรือสิ่งมีชีวิตมากกว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้หรือคงที่ หมายความว่าประสบการณ์และกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการแสดงออกและการตระหนักรู้ในตนเองโดยที่นักท่องเที่ยวกลายเป็นผู้ร่วมสร้างและผู้ร่วมแสดงกับผู้คนในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางเชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการออกแบบประสบการณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะ สถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีความคิดสร้างสรรค์ตามสถานที่เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาเยี่ยมชม จุดหมายปลายทางทุกแห่งมีส่วนผสมของทักษะ ทุนทางสังคมวัฒนธรรม ความรู้ บรรยากาศ และทรัพย์สินที่จับต้องได้ ซึ่งทำให้เฉพาะเจาะจงเหมาะสมสำหรับกิจกรรมสร้างสรรค์ (Richards & Raymond, 2000)

ในงานศึกษาวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวทางการศึกษาวิจัย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ในจังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยเลือกวิธีการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยาแนวการบรรยาย (Descriptive Phenomenology) โดยทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยความเป็นกลางไม่เอาเรื่องความสัมพันธ์กับ

สิ่งอื่นมาพิจารณาและมีข้อสรุปล่วงหน้าใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกและแก่นแท้ของปรากฏการณ์ตามที่ถูกรับรู้โดยบุคคลผู้ได้ประสบเท่านั้น (Wojnar & Swanson, 2007)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสำคัญของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย จึงคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้บริหารระดับหัวหน้างานขึ้นไปหรือเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 7 ราย

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชนเป็นหัวหน้าหน่วยงานขึ้นไปหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในการกำหนดนโยบายขององค์กรหรือเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กรไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 6 ราย

กลุ่มที่ 3 ชุมชน เป็นนักปราชญ์หรือผู้รู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 8 ราย

เครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ได้กำหนดประเด็นข้อคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้าและทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างเป็นทางการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประยุกต์ใช้รูปแบบของกระบวนการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงภาพรวมของข้อมูลที่ได้อย่างละเอียด จากนั้นจัดกลุ่มชุดข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การจดบันทึก การอัดเสียง จากผู้ให้ข้อมูลหลักและนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก สะท้อนและรับรู้ร่วมกันว่า จังหวัดขอนแก่นมีสิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณาจากมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถจัดจำแนกศักยภาพด้านวัฒนธรรมที่เด่นชัดออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมประเภทโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่นที่โดดเด่น เช่น สิมอีสาน วัดป่าแสงอรุณ สิมและฮูปแต้มสินไซวัดไชยศรี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ธนารักษ์ สิมวัดมัชฌิมวิทยาราม สิมวัดสนวนวารีพัฒนาราม สิมวัดศรีชมชื่น เมืองโบราณดงเมืองแอม ศาลาไหมไทย สิมวัดสระทองบ้านบัว ปราสาทเปือยน้อย โบสถ์ไม้วัดอัมพวัน บ้านวังม่วง สิม 100 ปีวัดสิงห์ทอง เมืองโบราณโนนเมือง และสิมวัดสระบัว เป็นต้น

1.2 วัฒนธรรมประเภทวัฒนธรรมพื้นบ้านอาหารท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมีหลายอย่าง เช่น ไก่ย่างเขาสวนกวาง ไก่ย่างซุมดแดง ปลาร้าแก่งละว้า และเหล้าสาโท เป็นต้น

1.3 วัฒนธรรมประเภทดนตรี จังหวัดขอนแก่น ดนตรีการแสดงที่โดดเด่นที่สุดคือ หมอลำที่สืบทอดและสืบสานตำนาน ศิลปะพื้นบ้านอีสาน ในจังหวัดขอนแก่น คณะหมอลำที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ประถมบันเทิงศิลป์ รัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ ระเบียบวาทศิลป์ หนูภารวิเศษศิลป์ แก่นนครบันเทิงศิลป์ น้องใหม่เมืองชุมแพ หนึ่งในสยาม และคำผุนร่วมมิตร เป็นต้น

1.4 วัฒนธรรมประเภทประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา งานเทศกาล จังหวัดขอนแก่น วัฒนธรรมประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาคือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวอีสานที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นชาติเก่าแก่และเจริญรุ่งเรืองมานาน เป็นเอกลักษณ์ของชาติและท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีงานเทศกาล (Event & Festival) เช่น หมอลำคาร์นิวัล เทศกาลถนนดอกคูณงานประเพณีสุดยอดสงกรานต์อีสาน เทศกาลดอกคูณเสียงแคนและถนนข้าวเหนียว ประเพณีออกพรรษา ลอยประทีปบูชาพุทธกตัญญู งานเทศกาลงานไหมนานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น งานบุญคูณเมืองขอนแก่น งานศิวะราตรีปูชะนียาลัย ปราสาทเปือยน้อย งานเทศกาลไก่ย่างเขาสวนกวาง และพิธีเสียเคราะห์งานประเพณีชุมชนวัดไชยศรี บ้านสาวะถี เป็นต้น

1.5 วัฒนธรรมประเภทศิลปะ หัตถกรรม จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอชนบทผ้าฝ้ายมัดหมี่ บ้านเมืองเพีย อำเภอบ้านไผ่ ธุงอีสานศิลาโฮมสเตย์ อำเภอเมือง ผ้าฝ้ายธรณินผ้าแห่งแผ่นดิน ย้อมสีหิน 130 ล้านปี และแฝกไหมสวนธรรมจักร อำเภอเวียงเก่า

2. ความพร้อมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก สะท้อนภาพรวมของความพร้อมในการพัฒนา โดยสามารถสังเคราะห์ออกเป็น 7 ประเด็น ดังนี้

2.1 ด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า ในภาพรวมของจังหวัดขอนแก่นมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น รูปแบบของลวดลายของสิมโบราณ อีกทั้งมีอัตลักษณ์ด้านหมอแคน หมอลำ พระธาตุเจดีย์ สถาปัตยกรรม และงานเทศกาลประจำปีถือว่าเป็นจุดเด่นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีนวดขิตอีสาน มวยอีสาน เทศกาลงานไหมนานาชาติ และอาหารอีสานที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดขอนแก่น

2.2 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของคนในชุมชนจังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมจังหวัดขอนแก่น พบว่า คนในชุมชนพื้นที่ยังไม่มีความพร้อมด้านบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เหตุผลสำคัญกล่าวคือชุมชนมีแต่ผู้สูงอายุจึงส่งผลให้การต่อยอดและพัฒนาไม่มีความต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีความตั้งใจและความต้องการในการพัฒนา โดยส่วนใหญ่กระบวนการการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะจัดฝึกอบรมให้กับชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนให้ความสนใจและเข้าร่วมเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การต่อยอด การคิดกิจกรรมสร้างสรรค์และบริหารจัดการได้ด้วยตนเองในพื้นที่

2.3 ด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อนำไปสู่การพัฒนา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยจังหวัดขอนแก่นได้จัดทำในรูปแบบเครือข่ายกันทั้งจังหวัดมีการบูรณาการร่วมกัน มีการรวบรวม

และจัดตั้งกลุ่ม นอกเหนือจากหน่วยงานภาครัฐยังมีภาคเอกชน และภาคชุมชนมีความตระหนักและมีส่วนร่วมในรูปแบบการพัฒนาโดยใช้กลไกพลังบวร คือ บ้าน วัด และโรงเรียน โดยหน่วยภาครัฐจะให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากชุมชนอยากมีรายได้ และสิ่งที่ใกล้ชิดด้านการพัฒนาชุมชนคือ มีสภาวัฒนธรรมอำเภอและสภาวัฒนธรรมตำบล เป็นภาคส่วนเอกชนด้านวัฒนธรรมประจำแต่ละพื้นที่เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนร่วมกับวัฒนธรรมจังหวัดให้มีส่วนร่วมและขับเคลื่อนพื้นที่ในภารกิจของหน่วยงาน ตลอดจนทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากขึ้น กล่าวในภาพรวมคือ จังหวัดขอนแก่นทุกหน่วยงานให้ความร่วมมือกันดี มีคณะกรรมการสนับสนุนและให้ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

2.4 ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมพบว่า ระบบฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ของจังหวัดขอนแก่นยังไม่มีฐานข้อมูลกลาง และข้อมูลที่เผยแพร่ยังขาดความสร้างสรรค์ และบางข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ได้มีการอัพเดตให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจติดตามข้อมูล อาจกล่าวได้ว่ายังเป็นประเด็นปัญหาของจังหวัดขอนแก่น เพราะอาจส่งผลต่อความต่อเนื่องของการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบฐานข้อมูลในหน่วยงานภาครัฐค่อนข้างน้อยและนักท่องเที่ยวไม่ค่อยเข้าดูข้อมูล รวมทั้งการหาข้อมูลในเครื่องมือของภาครัฐโดยตรงยังไม่มี

2.5 ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า ความปลอดภัยแต่ละพื้นที่ยังไม่เพียงพอ ยังไม่มีมาตรการดูแลในภาพรวม สำหรับที่พักโฮมสเตย์ชุมชนแต่ละพื้นที่บางแห่งอาจจะยังไม่ได้รับมาตรฐานอยู่ในช่วงของการพัฒนาตามระบบมาตรฐานและความปลอดภัยของโฮมสเตย์ นอกจากนี้ หากจังหวัดขอนแก่นมีการจัดงานเทศกาลจะมีตำรวจและอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนดูแลความปลอดภัย ดังนั้นกล่าวได้ว่าความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวจะมีเฉพาะช่วงงานเทศกาลที่จัดขึ้นบางช่วงเวลาเท่านั้น ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนยังขาดการแจ้งเตือนและคู่มือการแจ้งความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

2.6 ด้านการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ในภาพรวมสรุปได้ว่า จังหวัดขอนแก่น ยังขาดการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ ซึ่งต้องมีการรวบรวมกับชุมชนและต้องใช้ระยะเวลานานพอสมควร นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐมีคณะกรรมการในการพิจารณาเสนอข้อมูลมรดกตามประจำปีเพื่อจะได้มาฟื้นฟู ส่วนในระดับพื้นที่เจ้าของวัฒนธรรม ชุมชนในพื้นที่ สภาวัฒนธรรมอำเภอและตำบลเป็นกำลังสำคัญในการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนา ปรับปรุงและส่งเสริม ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับด้านการจัดการการมีความร่วมมือระหว่างกันซึ่งมีแนวโน้มที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการหารือร่วมกันในการจัดการและพัฒนาดีขึ้น อย่างไรก็ตามคนในชุมชนมีความรู้ ความผูกพันกับพื้นที่แต่ขาดคนรุ่นใหม่สืบสานต่อยอดซึ่งควรพัฒนามากขึ้นเพราะจะส่งผลให้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นนั้นให้เกิดความยั่งยืนและสืบเนื่องการพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

2.7 ด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่ และการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดูแลพื้นที่ตามแหล่งที่ได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งโบราณสถาน โดยมุ่งเน้นการบูรณะ การเสริมสร้างความมั่นคงให้กับโบราณสถาน สำหรับการฟื้นฟูมีการลงพื้นที่เพื่อฟื้นฟูแหล่ง ส่วนใหญ่จะลงพื้นที่โบราณสถาน วัด เพื่อบูรณะสำหรับด้านการเผยแพร่ข้อมูล มีบทความ องค์ความรู้ต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์แต่ยังขาดความต่อเนื่องในการเผยแพร่ สำหรับการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีโครงการเกี่ยวกับการต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากองค์ความรู้ของโบราณคดีมาสู่รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวลายประจำอำเภอ แต่ไม่ได้ดำเนินการต่อเนื่อง สำหรับสินค้าที่ระลึกมีการส่งเสริมการประเมินสินค้าให้ได้มาตรฐาน การค้นหาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสู่ความสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามอาจจะดำเนินการพร้อมกันทั้ง 4 ประการ บางชุมชนอาจจะดำเนินการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ยังไม่ได้เผยแพร่ข้อมูล แต่บางชุมชนก็ครบทั้ง 4 ประการ ทั้งนี้ต้องอาศัยหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความร่วมมือในการพัฒนา เนื่องจากชุมชนยังไม่ทราบจุดเด่นหรือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเอง ต้องอาศัยหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปช่วยและกระตุ้นศักยภาพต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อเสนอเชิงแนวทาง โดยสะท้อนมุมมองร่วมของผู้ให้ข้อมูลว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น ควรประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น มิติที่ 2 ด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น มิติที่ 3 ด้านการส่งเสริมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น และมิติที่ 4 ด้านการพัฒนาสื่อและการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น สามารถอธิบายได้ดังนี้

มิติที่ 1 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

1.1 จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

1.2 ยกระดับการบริหารจัดการบุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่นให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

1.3 ยกระดับระบบมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

1.4 การจัดการพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์อย่างแท้จริงของวัฒนธรรมชุมชน 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น

1.5 ค้นหากิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ใน 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น

1.6 จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย ทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดขอนแก่นและแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580)

มิติที่ 2 ด้านการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

2.1 ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกิจกรรมเส้นท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสิมอีสาน จังหวัดขอนแก่น (Khon Kaen Sim I–San Tourism)

2.2 พัฒนากิจกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวขอนแก่นซิกเนเจอร์: ซอฟพาวเวอร์ (Khon Kaen Signature: Soft Power)

2.3 ส่งเสริมกิจกรรมค้นหาอัตลักษณ์วัฒนธรรม จังหวัดขอนแก่น เช่น ลายสิมโบราณ โบราณสถานแต่ละพื้นที่เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ (Khon Kaen Creative Cultural Fine Art)

2.4 พัฒนากิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวหมอลำ จังหวัดขอนแก่น (Mo Lam Khon Kaen Tourism)

2.5 ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอีสาน (Khon Kaen I–San Food & Fun)

2.6 พัฒนากิจกรรมเส้นท่องเที่ยวทางผ้าไหม ขอนแก่น (Khon Kaen Thai Silk)

2.7 พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน

มิติที่ 3 ด้านการส่งเสริมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

3.1 ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

3.2 พัฒนาขีดความสามารถของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทักษะการออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

3.3 การส่งเสริมให้ชุมชนได้เรียนรู้การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาทั้งด้านลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมเพื่อต่อยอดไปสู่ความเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

3.4 ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

3.5 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของดีเมืองขอนแก่นแบบร่วมสมัย เช่น นำลายสิมโบราณมาเป็นตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก

3.6 พัฒนาและฟื้นฟูจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น

มิติที่ 4 ด้านการพัฒนาสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น

4.1 สร้างสื่อวิดีทัศน์ 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย เพื่อสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น โดยเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊กแฟนเพจ อินสตาแกรม ยูทูป และติ๊กตอก

4.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ภายใต้รูปแบบกิจกรรม งานอีเว้นท์ งานนิทรรศการ งานเทศกาล เส้นทางการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการลงมือปฏิบัติ (Workshop) วัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์แบบบูรณาการภายใต้อัตลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น

4.3 จัดทำเนื้อหาและการสื่อสารเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

4.4 จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ 12 เดือน 4 อำเภอต้นแบบ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเวียงเก่า อำเภอชนบท และอำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น

4.5 ส่งเสริมการสื่อความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น คือ ขอนแก่นซิกเนเจอร์: ซอฟพาวเวอร์ (Khon Kaen Signature: Soft Power) 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน

อภิปรายผลการวิจัย

ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีสิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบด้วยวัฒนธรรม 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ ประเภทวัฒนธรรมพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น ประเภทดนตรี ประเภทประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและงานเทศกาล และประเภทศิลปะ หัตถกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith (1989) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลให้นักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวได้ซึมซับถึงวิถีชีวิตชุมชน เช่น การแต่งกาย อาหารท้องถิ่น ทำให้เกิดความเข้าใจถึงความแตกต่างและเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดซึ่งกันและกัน นำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกัน และสอดคล้องกับ Chaipiboon (2007) พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ของชุมชนนครชุม ประกอบด้วยโบราณสถานและโบราณวัตถุต่าง ๆ โดยเฉพาะวัดพระบรมธาตุ และมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ Richards (1996) พบว่า โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต ถือเป็นองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ความพร้อมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่ และการสร้างคุณค่า ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดขอนแก่น สอดคล้องกับ ETS (2020) ที่กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยเมืองและชุมชน และปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองเชิงสถาปัตยกรรม วิถีชีวิต เรื่องเล่าประวัติศาสตร์ รวมทั้งอัตลักษณ์ที่สะท้อน

ตัวตนที่มีความหลากหลายถือเป็นลักษณะหนึ่งเดียวที่ใช้เป็นจุดขายของพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Wang & Lin (2009) พบว่า การตลาดเชิงวัฒนธรรมต้องเน้นองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อรวบรวมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงกระตุ้นและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Henche et al. (2020) การพัฒนารูปแบบสำหรับการจัดการย่านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเน้นบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นและความสามารถในการจัดระเบียบตนเองในสถาบันที่เป็นทางการ เช่น สมาคม เครือข่ายความร่วมมือ เป็นต้น

ข้อค้นพบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น พบว่าประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น มิติที่ 2 ด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น มิติที่ 3 ด้านการส่งเสริมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น และ มิติที่ 4 ด้านการพัฒนาสื่อและการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น สอดคล้องกับข้อค้นพบงานวิจัยของ Al–Ababneh (2019) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมจึงต้องสร้างตัวเองใหม่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องการประสบการณ์เชิงโต้ตอบมากขึ้น แนวโน้มใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์นี้เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของการผลิตสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงทักษะและรูปแบบการบริโภคใหม่ ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Richards & Marques (2012) พบว่า กิจกรรมเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นเป็นโครงการที่ส่งเสริมให้เกิดแผนการจัดการและเก็บรักษาพัฒนามรดกวัฒนธรรม รวมถึงการฝึกอบรมการใช้เครื่องมือในการจัดการเว็บไซต์ขั้นพื้นฐาน เช่น การสำรวจ การเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรปกครองท้องถิ่น ขั้นตอนที่สำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการวางแผนการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชน อีกทั้งเป็นการบูรณาการอนุรักษ์มรดกในการพัฒนาชุมชนในระดับภูมิภาค สอดคล้องกับการศึกษาของ Richards (2005) พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมต้องระบุกิจกรรมที่เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับภูมิภาคของตน สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Richards (2010) การศึกษานี้ก่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความสำคัญของการเคลื่อนไหวจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และยังสามารถเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น รวมถึงเมืองสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การดึงดูดความคิดสร้างสรรค์ บรรยากาศ เนื้อหา และกิจกรรมให้สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของงานสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เจ้าของพื้นที่ ต้องมีการพัฒนาร่วมกันอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่กระบวนการที่สามารถเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการพัฒนาที่ครอบคลุมตามแนวทางพัฒนาทั้ง 4 มิติ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการต่อยอดในรูปแบบการพัฒนา

และสร้างสรรค์กิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพต่อไปได้

2. ชุมชนพื้นที่ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการค้นหาอัตลักษณ์อย่างแท้จริงของแต่ละพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการเรียนรู้ถึงกระบวนการด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของพื้นที่ชุมชน และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมที่ต้องอาศัยคนในชุมชนร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมลงมือปฏิบัติอันจะก่อให้เกิดประสบการณ์อย่างแท้จริงให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น และสำนักงานเทศบาลนครขอนแก่น รวมทั้งหน่วยงานท้องถิ่นควรจัดให้มีโครงการพัฒนาและส่งเสริมชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ไว้ในนโยบายหลักเพื่อพัฒนาและยกระดับสู่เมืองสร้างสรรค์ในอนาคตต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สัญญาเลขที่ FF66–P4–001

References

Al–Ababneh, M. (2019). Creative Cultural Tourism as a New Model for Cultural Tourism. *Journal of Tourism Management Research*, 6(2), 109–118.

Butler, J. V. (2014). Trust, Truth, Status and Identity: An Experimental Inquiry. *The BE Journal of Theoretical Economics*, 14, 293–338.

Chaipiboon, S. (2007). **The Management of Cultural Tourism: A Case Study of Tourism Potentials of Nakornchum Community in Muang District, Kampheang Phet Province.** Kamphaengphet Rajabhat University.

Economics Tourism and Sports Division (ETS). (2020). **Culture Creative Tourism.** https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/3–1TourismEconomicIssue3(April–June63).pdf

Henche, B. G., Salvaj, E. & Cuesta-Valiño, P. (2020). A Sustainable Management Model for Cultural Creative Tourism Ecosystems. *Sustainability*, 12(22), 9554.

Pan, H. & Zhang, L. (2019). On the Connotation, Features, Atlas, and Prospect of Creative Tourism. *Tourism Tribune*, 34(5), 128–136.

Raymond, C. (2007). Creative Tourism New Zealand: the Practical Challenges of Developing Creative Tourism. In Greg Richards and Julie Wilson (Eds.). **Tourism, Creativity and Development.** Routledge.

Richards, G. (1996). **Cultural Tourism in Europe.** https://repository.tilburguniversity.edu/server/api/core/bitstreams/245a8556–2899–46b1–a5f3-b2da96726e61/content

Richards, G. (2000). Tourism and the World of Culture and Heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9–17.

Richards, G. (2001). **The Development of Cultural Tourism in Europe.** CABI.

Richards, G. (2005). Creativity: A New Strategic Resource for Tourism – Tourism, Creativity and Development. *ATLAS Reflections*, 11–22.

Richards, G. (2010). **Leisure in the Network Society: From Pseudo–Events to Hyper Festivity?** Tilburg University.

Richards, G. & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1–11.

Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23(1), 16–20.

Scott, D. (2014). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. *Annals of Leisure Research*, 17(1), 113–114.

Smith, V. (1989). **Host and Guests: the Anthropology of Tourism.** University of Pennsylvania Press.

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N. & Triyuni, N. N. (2020). Tourist Loyalty in Creative Tourism: the Role of Experience Quality, Value, Satisfaction, and Motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879.

Thailandplus. (2022). **Driving Soft Power, Promoting Local Identity Strengthening the Economy to the Community Ready to Disseminate Knowledge to Create Added Value from Thai Culture with Contemporary Art.** https://www.thailandplus.tv/archives/611936

Wang C. L. & Lin, X. (2009). Migration of Chinese Consumption Values: Traditions, Modernization, and Cultural Renaissance. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 399–409.

Werf, F., van der Verkuyten M., Martinovic, B. & Tseung–Wong, C. N. (2020). Understandings of National Identity Outgroup Attitudes in Culturally Diverse Mauritius. *International Journal of Intercultural Relations*, 78(3), 73–83.

Werf, F., van der Verkuyten, M., Martinovic, B. & Ng Tseung–Wong, C. (2018). What It Means to Be a National: A Study Among Adolescents in Multicultural Mauritius. *Cultural Diversity & Ethnic Minority Psychology*, 24, 576–587.

Wojnar, D. M. & Swanson, K. M. (2007). Phenomenology: An Exploration. *Journal of Holistic Nursing*, 25, 172–180.

World Tourism Organization (UNWTO). (2018). **Tourism and Culture Synergies.** https://www.e–unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978

Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H. & Ruan, W. Q. (2019). How Does Authenticity Enhance Flow Experience through Perceived Value and Involvement: the Moderating Roles of Innovation and Cultural Identity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(6), 710–728.