

Received: August 23, 2023; Revised: March 4, 2024; Accepted: June 11, 2024

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ
บนฐานนโยบายประเทศไทย 4.0

Sport tourism promotion in Buriram using intelligence tourism innovation
based on Thailand 4.0 policy

วิไลรัตน์ ยาทองไชย¹ ชูศักดิ์ ยาทองไชย^{1*} กมลรัตน์ สมใจ¹ พวงเพชร ราชประโคน¹ ปุริม ชฎารัตนฐิติ¹
และวรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม¹

Wilairat Yathongchai¹, Chusak Yathongchai^{1*}, Kamonrat Somjai¹, Phuangphet
Ratchaprakhon¹, Purim Chadarattanathiti¹ and Warinpiphat Watcharapongkasem¹

¹คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

¹Faculty of Science, Buriram Rajabhat University, Buriram Province

*Corresponding Author E-mail Address : chusak.yt@bru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีกระบวนการวิจัย คือ 1) เก็บรวบรวมความต้องการ/การมีส่วนร่วมกำหนดรูปแบบและการทำงานของนวัตกรรม 2) วิเคราะห์และออกแบบระบบด้วยหลักการเชิงวัตถุ และใช้แบบจำลองฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ 3) พัฒนานวัตกรรมในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน และ 4) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวในการใช้นวัตกรรม ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวม ส่วนจัดการข้อมูลท่องเที่ยว ส่วนจัดการสมาชิก ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวส่วนบุคคล และแชทบอตส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.54) โดยมีความพึงพอใจด้านความยืดหยุ่นของการใช้งานมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.57) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการเรียนรู้ได้ ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.64) ด้านประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.47) ด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.65) และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.39) ตามลำดับ ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า นักท่องเที่ยวมีการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.72) โดยด้านที่มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีสูงสุด คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.66) รองลงมาคือ การเข้าถึงบริการ ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.70) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.74) และสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.80)

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ นวัตกรรมท่องเที่ยว การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวส่วนบุคคล แชทบอตการท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to develop and study the technology acceptance for the intelligent tourism innovation of sport tourism in Buriram province. The research processes follow the system development life cycle: 1) gathering requirements and participation in determining the format and use of the innovation; 2) analyzing and designing the system using object-oriented principles and a relational database model; 3) developing the innovation as a web application and evaluating its usability and 4) studying the technology acceptance of tourists who use the innovation. The results showed that the intelligent tourism innovation of sport tourism in Buriram province consists of five components: general attraction recommendations, tourism information management, member and profile management, personalized attraction recommendations, and a tourism promotion chatbot. The assessment result of overall system usability with experts was at the highest level ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.54), with the highest satisfaction in terms of flexibility of use ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.57), followed by learning ability ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.64), effectiveness ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.47), efficiency ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.65), and user satisfaction ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.39), respectively. Additionally, the results of the technology acceptance study, based on the Technology Acceptance Model (TAM), showed that tourists had a high level of technology acceptance overall ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.72). The factor of perceived usefulness was the highest ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.66), followed by service access ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.70), perceived ease of use ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.74), and facilities ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.80).

Keywords: Sport tourism, Buriram province, Tourism innovation, Personalized attraction recommendation, Tourism chatbot

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งคาดว่าในปี พ.ศ. 2570 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยจากการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทย พบว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป คือ การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยว Generation-Y และ Generation-Z ที่ชอบการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปถือว่าเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถตอบโจทย์ความสนใจเฉพาะทางสำหรับผู้ชื่นชอบกีฬา มีความสนใจท่องเที่ยวเฉพาะทางด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) จากการตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางกีฬาระดับอาเซียนหรือเอเชีย (Sport Hub of ASEAN or ASIA) และกระแสด้านตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์จัดเป็นจังหวัดหนึ่งที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเล็งเห็นถึง

โอกาสในการมุ่งพัฒนาสู่เป้าหมายหลักเป็นเมืองกีฬามาตรฐานโลกโดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญของประเทศไทย สอดรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการมุ่งพัฒนาการกีฬาสู่สากล พร้อมเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ควบคู่กันไปเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2563) ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวด้านกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ และเป็นเป้าหมายหลักตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาระบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการเดินทางขึ้นเพื่อตอบสนองแนวโน้มกระแสการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในอนาคตที่สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาช่องทางออนไลน์สำหรับส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน พบว่า มีหลากหลายแหล่งที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นผลต่อนักท่องเที่ยวที่สามารถหาข้อมูลการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้หลากหลายขึ้น เช่น เว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร อีเว้นท์ การจองแพ็คเกจทัวร์ โปรแกรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ได้มีการนำเสนอข้อมูลในหลายด้านของการท่องเที่ยว แต่ข้อมูลจำนวนมากที่เกิดขึ้นนี้ได้แนะนำข้อมูลโดยยังไม่คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาเพิ่มมากขึ้นในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ตรงกับความต้องการของตน และนำมาวางแผนเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

งานวิจัยนี้จึงมีแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยการพัฒนานวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา บนฐานนโยบายประเทศไทย 4.0 ขึ้น โดยมีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการจัดอันดับให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล และส่วนที่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรงในรูปแบบแชทบอต (Chatbots) ที่เป็นช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เลียนแบบการโต้ตอบของมนุษย์โดยมีการจำลองการสนทนาที่เหมือนมนุษย์โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องด้วยการสนทนาอัจฉริยะกับแชทบอตในฐานเครื่องมือส่วนตัว โดยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะนี้จะสามารถรองรับต่อความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บนฐานนโยบายการท่องเที่ยว 4.0

วัตถุประสงค์ และวิธีการ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายด้าน ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีการบริหารจัดการ มีความรู้ ทักษะ และการประสานงานที่รอบด้าน ตั้งแต่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค จนถึงเทคนิคการแข่งขัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณภาพเหนือกว่าความคาดหวังก่อให้เกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาซ้ำ (ประภัสสร, 2560) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั่นต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี

1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

โดยการวิจัยนี้จะนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ หรือ 7P's มาใช้เป็นหลักการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเน้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ให้มากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว เพราะมีแหล่งข้อมูลที่ดี มีการจัดรายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างการเผยแพร่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด และเกิดความประทับใจคิดที่กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยงานวิจัยนี้ได้ออกแบบนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ที่ทำงานอยู่ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันที่ช่วยนักท่องเที่ยวในการวางแผนท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยการนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้และศึกษาในปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การเข้าถึงบริการ และการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ บนฐานนโยบายประเทศไทย 4.0 ครั้งนี้เป็นงานวิจัยประเภทการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยนำวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) มาเป็นแนวทางของการวิจัยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาและกำหนดปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

2. เก็บรวบรวมความต้องการ/การมีส่วนร่วมกำหนดรูปแบบและการทำงานของนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว จำนวน 81 คน ด้วยแบบสอบถามความต้องการรูปแบบและการใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ เพื่อนำมาวิเคราะห์และออกแบบนวัตกรรมที่อยู่นับบริบท ปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศ และความต้องการในการใช้นวัตกรรมของนักท่องเที่ยว

3. วิเคราะห์และออกแบบนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยหลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบเชิงวัตถุนำเสนอกระบวนการทำงานด้วยแผนภาพยูสเคส (Use case diagram) ทำการออกแบบฐานข้อมูลโดยใช้แบบจำลองฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational database model) และใช้ระบบจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL) โดยออกแบบการทำงานหลัก 2 ส่วน คือ

3.1 การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคการจัดกลุ่ม (K-Mean clustering) และกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process: AHP) เพื่อสร้างแบบจำลองการจัดลำดับสถานที่ท่องเที่ยวในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตามความชอบ และเงื่อนไขต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

3.2 แชตบอตการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลคำถามจากที่นักท่องเที่ยวเข้ามาตั้งคำถามกระทู้ และการโพสต์ถามตอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในเว็บไซต์การท่องเที่ยว และคำถามของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์รวบรวมโดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่ประจำอยู่ศูนย์ต่าง ๆ ในจังหวัด

บุรีรัมย์เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว จากนั้นนำมาพัฒนารูปแบบการรับคำสั่งและวิเคราะห์ประโยคในส่วนคำตอบได้จากการค้นคืนจากฐานข้อมูลของระบบที่มีการออกแบบไว้อย่างครอบคลุม และนำมาออกแบบโครงสร้างการสนทนาของแชทบอท

4. พัฒนาและทดสอบระบบ ระบบถูกพัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web application) ด้วยเทคนิคการออกแบบให้ทำงานได้กับอุปกรณ์ที่มีขนาดของจอภาพแตกต่างกัน (Responsive design) จึงทำให้สามารถใช้ได้กับอุปกรณ์ทุกประเภทที่สามารถเปิดเว็บเบราว์เซอร์ได้ จากนั้นทำโดยผู้เขียนโปรแกรมในการตรวจสอบ 2 ระดับ คือ 1) การทดสอบทีละหน่วย (Unit testing) โดยทำการทดสอบโปรแกรมทีละส่วน ทีละฟังก์ชันการทำงาน ซึ่งกลยุทธ์ที่ใช้ในการทดสอบ มี 2 อย่าง คือ ความถูกต้องและความสมบูรณ์ และ 2) การทดสอบโดยนำมารวมกัน (Integration testing) คือ นำเอาโปรแกรมทั้งหมดมารวมกันแล้วทำการทดสอบการทำงานของเมนูต่าง ๆ ในระบบว่าสามารถทำงานได้ตามที่ออกแบบไว้ จากนั้นทดสอบการใช้งานระบบโดยติดตั้งจดทะเบียนชื่อโดเมน (Domain name) และใช้บริการเว็บโฮสติ้ง (Web hosting)

5. ทดสอบและประเมินผลระบบ เพื่อประเมินผลว่าระบบสามารถทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทำงานได้ตรงตามความต้องการ รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของระบบความสามารถในการใช้งานได้ของระบบ (System usability) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน (Battleson et al, 2001) มีการประเมิน 5 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน (Efficiency) ด้านประสิทธิผล (Effectiveness) ด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ด้านความสามารถในการเรียนรู้ได้ (Learnability) และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (Satisfaction) (Nielsen, 1993)

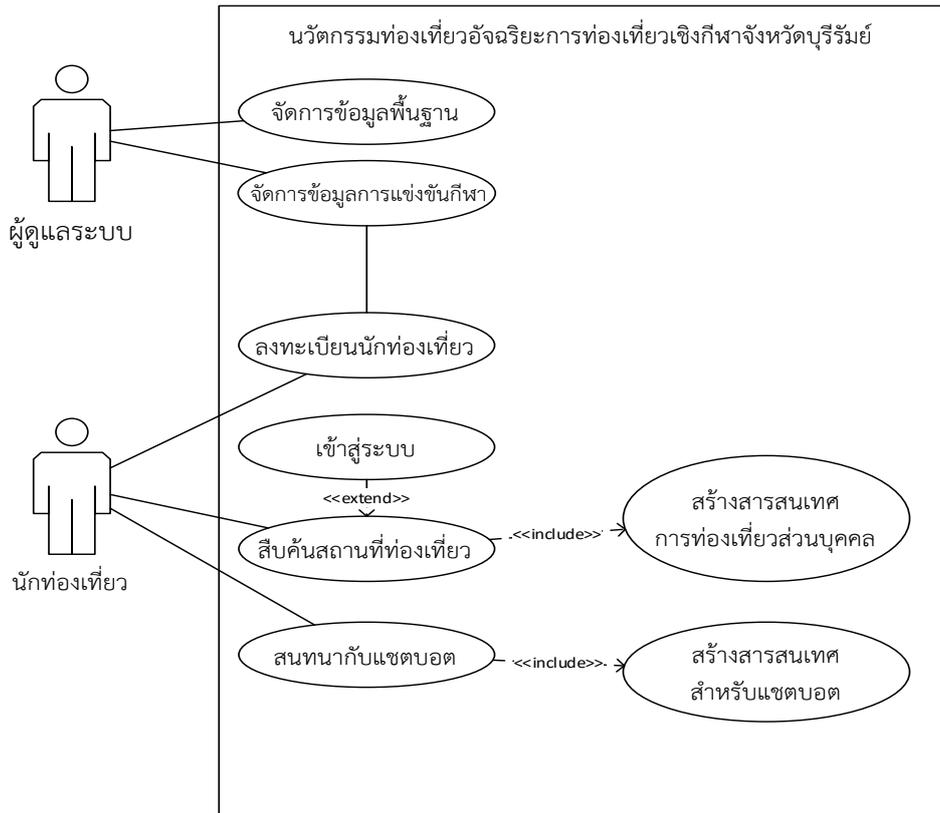
6. ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใช้นวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2565 จำนวน 40 คน ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) (Davis, 1989) ใน 4 ด้าน ดังนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการเข้าถึงบริการ จากนั้นนำมาสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

ในการวิจัยการพัฒนานวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ผลการพัฒนานวัตกรรม และผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการพัฒนานวัตกรรม

จากการวิเคราะห์และออกแบบระบบนำเสนอกระบวนการทำงานหลักของระบบด้วยแผนภาพยูสเคส (Use case diagram) โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ (Actor) คือ ผู้ดูแลระบบ และนักท่องเที่ยว ซึ่งมีกระบวนการทำงานหลัก (Use case) ของระบบ ในส่วนของผู้ดูแลระบบเพื่อจัดการข้อมูลพื้นฐานของระบบ และจัดการข้อมูลการแข่งขันกีฬา ส่วนของนักท่องเที่ยวมีการทำงานหลักคือ ลงทะเบียนนักท่องเที่ยวสมาชิกเพื่อรับสารสนเทศการท่องเที่ยวส่วนบุคคล รวมถึงการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว และสนทนาถามตอบข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านแชทบอท ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แผนภาพยูสเคสกระบวนการทำงานของระบบ

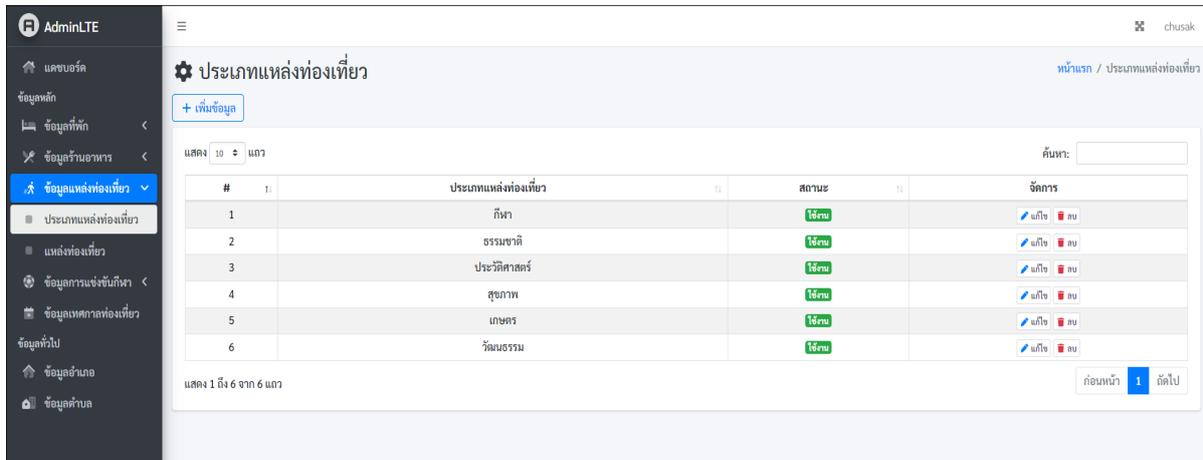
โดยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ทำงานในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน มีส่วนการทำงานของระบบที่สำคัญ คือ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การจัดการข้อมูลท่องเที่ยว และแชทบอตการท่องเที่ยวบุรีรัมย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใช้งานระบบได้ผ่านหน้าจอหลัก ดังรูปที่ 2



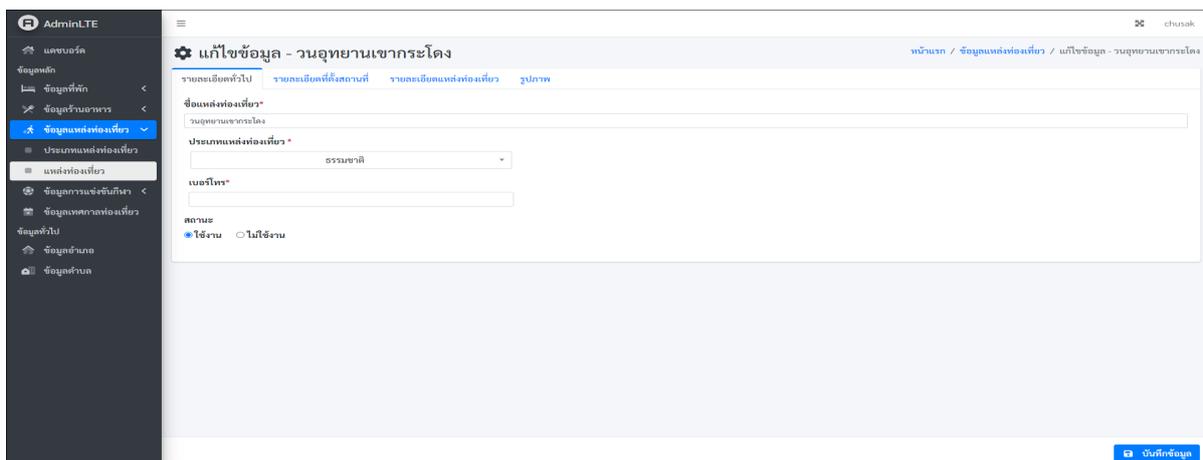
รูปที่ 2 หน้าจอหลักการทำงานนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ

การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยการแสดงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์โดยรวม 5 อันดับแรกที่วิเคราะห์ได้จากความชอบและเงื่อนไขบังคับต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เคยเข้าใช้งานระบบ นอกจากนี้ยังสามารถเลือกดูสถานที่

ในขณะที่ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันและเทศกาลการแข่งขัน รวมถึงข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับระบบโดยการเพิ่ม แก้ไข และลบข้อมูลต่าง ๆ ในระบบได้ ดังรูปที่ 5 และ 6

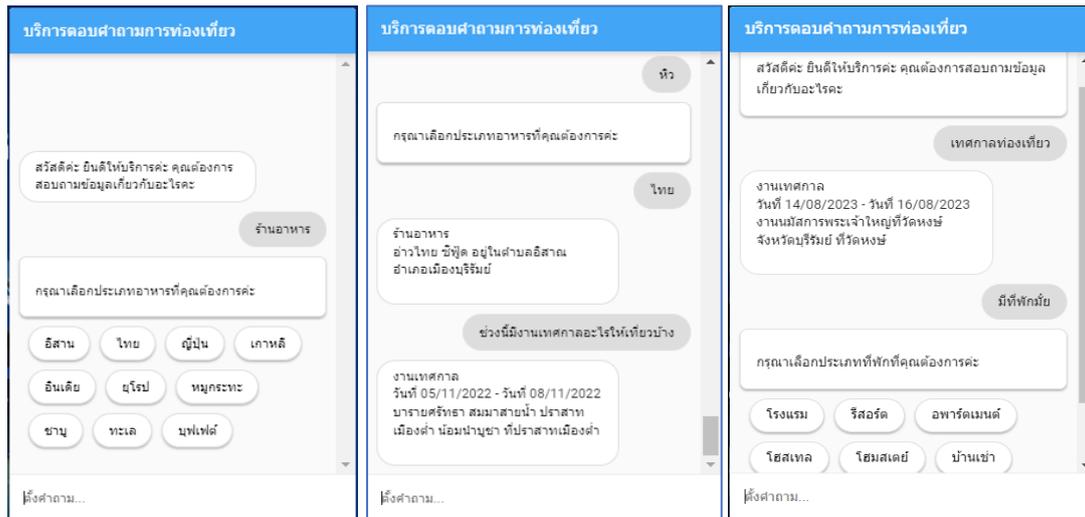


รูปที่ 5 ส่วนจัดการรายละเอียดข้อมูลประเภทแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 6 ส่วนจัดการรายละเอียดที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ดูแลระบบ

ส่วนแชตบอตการท่องเที่ยวบุรีรัมย์ เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการโต้ตอบอัตโนมัติที่เป็นช่องทางสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เลียนแบบการโต้ตอบของมนุษย์ซึ่งมีการจำลองการสนทนาที่เหมือนมนุษย์โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้โดยสะดวกตามตารางเวลา งบประมาณและความชอบอื่นด้วยการสนทนาอัจฉริยะกับแชตบอตในฐานะเครื่องมือส่วนตัว เพื่อรองรับต่อความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสนทนากับแชตบอตได้ตลอดเวลาโดยคลิก  ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกการสนทนาผ่านรายการเมนู หรือการสนทนาโดยตรงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่เกี่ยวข้องกับ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร หรือการแข่งขันกีฬา เสมือนการสนทนากับเจ้าหน้าที่ที่คอยให้คำแนะนำหรือตอบข้อสงสัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยระบบสามารถโต้ตอบได้ในทุกบริบทของการสนทนา ดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 ตัวอย่างการสนทนาของแชทบอทการท่องเที่ยวบุรีรัมย์

โดยนวัตกรรมการท่องเที่ยวอัจฉริยะจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลการศึกษาความสามารถในการใช้งานได้ของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน ด้านประสิทธิผล ด้านความยืดหยุ่น ด้านความสามารถในการเรียนรู้ได้ และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยมีผลการประเมินดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบแต่ละด้าน

ความสามารถของระบบ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ด้านความยืดหยุ่นของการใช้งาน	4.45	0.57	มากที่สุด
2. ด้านความสามารถในการเรียนรู้ได้	4.40	0.64	มากที่สุด
3. ด้านประสิทธิผล	4.27	0.47	มาก
4. ด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน	4.13	0.65	มาก
5. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้	4.07	0.39	มาก
เฉลี่ย	4.26	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบในแต่ละด้าน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาความสามารถแต่ละด้านของระบบโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย (\bar{x}) จากมากที่สุดไปน้อยที่สุดพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในความสามารถด้านความยืดหยุ่นของการใช้งานในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากความยืดหยุ่นในการเลือกเพิ่ม ลบ หรือแก้ไขข้อมูลการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ และสามารถเลือกเดินหน้าไปยังขั้นตอนถัดไปหรือย้อนกลับไปยังขั้นตอนเดิมได้โดยเลือกเมนูของระบบได้อย่างสะดวก รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการเรียนรู้ได้โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าระบบมีการใช้ข้อความ สัญลักษณ์ สีและปุ่มตัวเลือกที่สื่อความหมายรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้ทำให้เข้าใจการใช้งานได้ง่าย ส่วนในด้านประสิทธิผล และด้านประสิทธิภาพของการใช้งานนั้นผู้เชี่ยวชาญพึงพอใจในการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหารรวมถึงการจัดการข้อมูลสมาชิก ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานในลำดับสุดท้าย ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเห็นว่านวัตกรรมมีส่วนส่งเสริมให้สนใจมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้นและจะแนะนำให้เพื่อนใช้งานนวัตกรรมนี้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการกระจายตัวของข้อมูลโดยรวม คือ 0.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.39 ถึง 0.65 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.25 แสดงว่ามีการกระจายคะแนนน้อย นั่นคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความสามารถในการใช้งานได้ของระบบใกล้เคียงกัน จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการพัฒนานวัตกรรมเข้ามาช่วยในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวทั้งในด้านการวางแผนการท่องเที่ยวภายใต้ข้อบังคับด้านความปลอดภัย (จิตมินต์ และคณะ, 2562) การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันวางแผนการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัดนันทบุรี (นุชรรัตน์, 2565) หรือระบบมีคเคศก์พกพาสำหรับการท่องเที่ยว (ขวัญชัย และคณะ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตามรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน

2. ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี

นวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ได้เปิดใช้งาน และศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระบบระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2565 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 25 คน (62.5%) เพศชาย 15 คน (37.5%) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 14 คน (35%) โดยมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีมากที่สุด จำนวน 2-5 ครั้ง/ปี (56%) นอกจากนี้มีวิธีการค้นหาข้อมูลและเตรียมตัวท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านสื่อที่ใช้มากที่สุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ 18 คน (45%) และผ่านเว็บไซต์/บล็อกการท่องเที่ยว 11 คน (27.5%) และทำการศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการใช้นวัตกรรมที่ส่งผลต่อการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ใน 4 ด้าน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการเข้าถึงบริการ ผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี

ประเด็นการศึกษา	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ			
1. มีการให้บริการนักท่องเที่ยวในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารของจังหวัดบุรีรัมย์	4.05	0.71	มาก
2. ช่วยเพิ่มความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์	4.15	0.70	มาก
3. สามารถช่วยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับนักท่องเที่ยวตามเงื่อนไขเฉพาะบุคคลได้	4.28	0.60	มากที่สุด
4. สามารถช่วยในการถาม-ตอบข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ได้ผ่านแชตบอต	4.18	0.64	มาก
5. โดยรวมแล้วท่านคิดว่านวัตกรรมท่องเที่ยวนี้มีประโยชน์ต่อการใช้งานในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน	4.10	0.63	มาก
เฉลี่ย	4.15	0.66	มาก
การเข้าถึงบริการ			
6. ท่านใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต	4.30	0.69	มากที่สุด
7. ท่านใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวผ่านอุปกรณ์การสื่อสารอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ	3.95	0.75	มาก
8. ท่านสามารถถาม-ตอบข้อมูลท่องเที่ยวบุรีรัมย์ผ่านแชตบอตได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.20	0.69	มากที่สุด

ประเด็นการศึกษา	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
9. ท่านต้องการบอกต่อผู้อื่นเกี่ยวกับการใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวนี้เนื่องจากสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จังหวัดบุรีรัมย์ได้	4.13	0.65	มาก
10. ท่านจะใช้นวัตกรรมท่องเที่ยวนี้ก่อนการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส	4.08	0.73	มาก
เฉลี่ย	4.11	0.70	มาก
ความง่ายในการใช้งาน			
11. มีส่วนสำหรับการแนะนำการใช้งาน	3.93	0.97	มาก
12. ขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน	4.23	0.73	มากที่สุด
13. การใช้ภาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร แทนฟังก์ชันการใช้งานที่เข้าใจง่าย	4.08	0.76	มาก
14. ทำให้การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่ต้องการสามารถทำได้โดยง่าย	4.05	0.60	มาก
15. ขั้นตอนการใช้งานระบบมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.18	0.68	มาก
เฉลี่ย	4.08	0.74	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน			
16. เมื่อใช้งานท่านรู้สึกว่าการมีฟังก์ชันช่วยในการทำงานที่สะดวกและเกิดแรงจูงใจที่อยากใช้งาน	3.90	0.67	มาก
17. ท่านมีความพร้อมที่จะใช้นวัตกรรมท่องเที่ยวนี้	3.70	0.94	มาก
18. เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย	3.95	0.96	มาก
19. นักท่องเที่ยวสามารถเรียกดูข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ได้ตลอดเวลา	4.13	0.76	มาก
20. ท่านคิดนวัตกรรมท่องเที่ยวช่วยสร้างความพอใจ	3.98	0.73	มาก
เฉลี่ย	3.97	0.80	มาก
เฉลี่ยทุกด้าน	4.08	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาระดับการยอมรับเทคโนโลยีในรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย (\bar{x}) จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีทุกข้ออยู่ในระดับมากคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การเข้าถึงบริการ ความง่ายในการใช้งาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการพิจารณาการกระจายตัวของข้อมูลโดยรวม คือ 0.72 และแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.80 แสดงว่ามีการกระจายคะแนนน้อย นั่นคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีจากการใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาถึงระดับการยอมรับด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับซึ่งมีค่าสูงสุด ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.66) นั้นสอดคล้องกับผลการศึกษาความสามารถในการใช้งานได้ของระบบในด้านความยืดหยุ่นของการใช้งาน และด้านความสามารถในการเรียนรู้ซึ่งมีค่าสูงสุดเช่นกัน ด้วยความง่ายของการใช้งานนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะนั้นจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างเห็นประโยชน์ของการนำนวัตกรรมมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนิสา (2561) ที่ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีแฮตบอตในธุรกิจธนาคารในประเทศไทย รวมถึงงานวิจัยของณัฐนันท์ (2560) ที่มีผลการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคที่มีความยืดหยุ่น และสามารถเรียนรู้การใช้งานได้เอง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึง

ประโยชน์ที่ได้รับ เนื่องจากผู้ใช้เชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายามในการใช้งาน คือ หากผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานผู้ใช้จะรับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีนั้นสามารถนำมาใช้งานได้ง่าย และส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จริง ซึ่งเป็นไปตาม Ooi and Tan (2016) กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานคือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายาม (Free of effort) ในการใช้งาน เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุธาสินี (2562) ที่ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีผลการศึกษพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความเข้าใจ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และก่อให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี และมีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีจะมีความรู้ความเข้าใจ ความคุ้นเคยในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ มากกว่าส่งผลให้ระดับการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการเข้าถึงบริการ ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.70) และด้านความง่ายในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.74) มีระดับสูงรองมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุณิสสา (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)

จากผลการวิจัยสนับสนุนถึงการใช้นวัตกรรมท่องเที่ยวนี้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสามารถช่วยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับนักท่องเที่ยวตามเงื่อนไขเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการจัดอันดับให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลซึ่งช่วยลดเวลาการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังช่วยในการติดต่อสื่อสารในการถาม-ตอบข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านแชตบอตได้ตลอด 24 ชั่วโมงซึ่งแตกต่างจากการค้นหาข้อมูลด้วย Google หรือเว็บไซต์ท่องเที่ยวทั่วไป ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วขึ้น

บทสรุป

นวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์เป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และตรงตามความต้องการที่รองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะมีการทำงานหลักที่สำคัญในรูปแบบของระบบแนะนำการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคลและแชตบอตเพื่อสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวในช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยประเภทการวิจัยและพัฒนาที่ดำเนินการวิจัยตามวงจรการพัฒนาระบบ ที่ได้นำผลการศึกษาความต้องการ/รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมท่องเที่ยวมาออกแบบและพัฒนาระบบทำให้ได้นวัตกรรมที่ทำงานในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันที่มีการทำงานหลักคือ ในส่วนที่ 1 สำหรับการบริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service) สำหรับผู้ใช้ที่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป และส่วนที่ 2 การบริการดูแลระบบ (Administrator Services) ที่มีฟังก์ชันการทำงานสำคัญ คือ ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวม ส่วนจัดการข้อมูลท่องเที่ยว ส่วนจัดการสมาชิก ส่วนจัดการประวัติส่วนตัว ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวส่วนบุคคล และแชตบอตส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยระบบมีผลการประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวมีการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ใน 4 ด้าน ดังนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการเข้าถึงบริการ มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ในการใช้งานโดยการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้งานระบบให้เป็นที่รู้จัก สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่อให้มีการเพิ่มและปรับปรุงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มากขึ้นและเป็นปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อไปโดยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์นี้ได้มีการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้

เพื่อให้ระบบมีความชาญฉลาดรองรับต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำเทคนิคอื่นมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวได้หลากหลาย รวมถึงการใช้งานในรูปแบบโมบายแอปพลิเคชัน นอกจากนี้แชทบอทการท่องเที่ยวบุรีรัมย์สามารถใช้ผ่านช่องทางการสื่อสารอื่น เช่น Facebook Messenger LINE เป็นต้น ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลตามนโยบายประเทศไทย 4.0

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้วยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ประเภททุนสนับสนุนงานพื้นฐาน Fundamental fund ประจำปีงบประมาณ 2565 นอกจากนี้ขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่และบุคลากรสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม ตลอดจนให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล คำแนะนำ ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย รวมทั้งสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ในการอนุเคราะห์เครื่องมือและสถานที่ในการทำวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. รายงานฉบับสมบูรณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: กรุงเทพฯ.
- กรมการท่องเที่ยว. (2561). แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของกรมการท่องเที่ยว.
- วีไอพีก็อปปีปริ๊น: กรุงเทพฯ.
- ขวัญชัย สุขแสน, ณัฐวุฒิ มูลศาสตร์ และมนัสนันท์ จันโท. (2557). ระบบมีคเคศท์พกพาสำหรับการท่องเที่ยว. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 10 8-9 พฤษภาคม 2557. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมพระนครเหนือ. ภูเก็ต. 276-280.
- จิตมินต์ อังสกุล, สุรัชย์ กมลลิมสกุล และธรา อังสกุล. (2562). โปรแกรมประยุกต์สำหรับวางแผนการท่องเที่ยวภายใต้ข้อบังคับด้านความปลอดภัย. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 38(3): 316-329.
- ณัฐนันท์ พิธีวีตโชติกุล. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: กรุงเทพฯ.
- นุชรัตน์ นุชประยูร และจิตตฤ พูลวัน. (2565). การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันวางแผนการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาแบบมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. รายงานการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ นนทบุรี.
- ประภัสสร มีน้อย. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุธาณี ตูลานนท์ (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- สุนิสา ทรแก้ว. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี Chatbot ในธุรกิจธนาคารในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุณิสา ทรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565.

<http://www.buriram.go.th/web3/index.php/province-development/plan-development>.

Battleson B., Booth A. and Weintrop J. (2001). Usability testing of an academic library web site: A case study. *Journal of Academic Librarianship*. 27(3): 188-198.

Davis F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 13(3): 319-339.

Nielsen J. (1993). *Usability Engineering*. Academic press: San Diego, CA.

Ooi K.B. and Tan G. W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*. 59: 33-46.