

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว วิถีอีสานใต้

The Development of Tourism Routes Linked to Tourism Identities for the Ways of Lower Northeastern Part of Thailand

ผศ.ดร.สุภภัทร ศรีจองแสง¹

วรรัตน์ บุญแผ้ว²

ดร. สิริรัตน์ ขอบขาย³

เขมจิรา นหนองเป็ด⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) รวบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ (2) ศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยว (3) ประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ (4) พัฒนาแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดยใช้แนวคิดทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยแนวคิดหลัก (Core Concept) ได้แก่ แนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และแนวคิดเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการใช้แนวคิดเสริม (Supporting concepts) ได้แก่ แนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

โครงการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐบาลในพื้นที่ 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด อุตุสภกรรมจังหวัด ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย

ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่อีสานใต้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถจำแนกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ได้เป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) งานศิลปหัตถกรรม (3) ศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (4) วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (5) อาหารท้องถิ่น (6) เทศกาลและงานประเพณี (7) ภาษาท้องถิ่น และ (8) อัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

จากการจำแนกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ทั้ง 8 ด้านข้างต้น การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้นักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (3) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (4) อัตลักษณ์ทางศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (5) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล (6) อัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น (7) อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย และ (8) อัตลักษณ์ด้านภาษาท้องถิ่น ในส่วนของการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) ลักษณะด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย (2) อัตลักษณ์ทางอาหารท้องถิ่น (3) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (4) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและ

เทศกาล (5) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (6) อัตลักษณ์ทาง ศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (7) อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน และ (8) อัตลักษณ์ทางภาษาท้องถิ่น

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ซึ่งจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพด้านที่พัก (4) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน ค่าเฉลี่ยรวม 3.31 ในส่วนของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้านเช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยรวม 3.10

ผลการประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ทำให้พบว่า กลุ่มอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) ด้านศิลปหัตถกรรม (3) ด้านศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (4) ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย (5) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล และ (6) ด้านธรรมชาติ ส่วนกลุ่มอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ที่ยังขาดศักยภาพทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น และ (2) ด้านภาษาท้องถิ่น

ดังนั้น จากการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ คณะผู้วิจัยสามารถออกแบบเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา โดยแบ่งเส้นทางออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เส้นทางทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เส้นทางทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประกอบด้วยเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 3 เส้นทาง ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยวต้นตำหรับชาติเขาใหญ่ ตระการตาสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตรสร้างสรรค์ สักการะพระเกจิอาจารย์ดังอีสานใต้ (2) เส้นทางท่องเที่ยว ใหม่ สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา และ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หัตถกรรม ชาติพันธุ์ถิ่นอีสานใต้ สำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วยเส้นทางการท่องเที่ยว จำนวน 4 เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยว ชายแดน 2 แผ่นดิน (2) เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เชื่อมโยงลาวใต้ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น และ (4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูล ภูมิปัญญาหัตถกรรมอีสานใต้

คำสำคัญ: เส้นทางการท่องเที่ยว, อัตลักษณ์วัฒนธรรมวิถีอีสานใต้, การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, อีสานใต้

ABSTRACT

This research aims to (1) collect the tourism resources that present the tourism identities for the ways of Lower Northeastern Part of Thailand, (2) investigate the tourist's perception towards the tourism identities for the ways of Lower Northeastern Part of Thailand, (3) assess the potentiality of the tourism resources that are the ways of Lower Northeastern Part of Thailand to support the tourism activities development, and (4) develop the tourist maps linked to tourism identities for the ways of Lower Northeastern Part of Thailand. The researchers used the core concept for this research comprised of the concept of cultural identities and the concept of tourism route. Moreover, there are supporting concepts used in this research; the concept of cultural significant values, the concept of creative tourism, and the concept of tourist attraction potentiality.

This research is quantitative research and qualitative research. The population for research is the representative of the government sectors such as the office of provincial culture, the office of Tourism

Authority of Thailand, the office of tourism and sport, including the people in the Lower Northeastern Part of Thailand, and the Thai and foreign tourists. The researchers use in-depth interview, questionnaire, and focus group as the research instrument.

The results of the research find that there are two groups of the tourism resource that are the tourism identity of the Lower Northeastern Part of Thailand; natural and cultural resource. There are eight categories; architecture and archaeology, handicraft, religion and belief, the way of life of the local people and costume, local foods, local tradition and culture, and local languages, and natural attractions.

Due to eight tourism identities of the Lower Northeastern Part of Thailand, Thai tourists have perception towards these tourism identities as consequently; (1) architecture and archaeology, (2) handicraft, (3) natural attractions, (4) religion and beliefs, (5) local traditions and cultures, (6) local foods, (7) the way of life of the local people and costume, and (8) local languages. In term of the foreign tourists, they have perception towards these tourism identities as consequently; (1) the way of life of the local people and costume, (2) local foods, (3) handicraft, (4) local traditions and cultures, (5) natural attractions (6) religion and beliefs, (7) architecture and archaeology, and (8) local languages.

For the assessment of the tourism resources potentiality supported the development of creative tourism activities, there are five dimensions as follows; (1) tourist attractions, (2) tourism activities, (3) accommodations, (4) accessibility, and (5) amenities. It finds that Thai tourists have moderated level for tourism resources potentiality (mean 3.31) and foreign tourists have moderated level for tourism resources potentiality (mean 3.10).

Moreover, the assessment of the tourism resources potentiality could show that the highly potential tourism resources are (1)

architecture and archaeology, (2) handicraft, (3) religion and beliefs, (4) the way of life of the local people and costume, (5) local traditions and cultures, (6) natural attractions. Besides, the lower potential tourism resources are (1) local foods, and (2) local languages.

Therefore, the researchers could design the tourism route according to the Thai and foreign tourist's behavior including the potentiality of the tourism resources represented the tourism identity of the Lower Northeastern part of Thailand into two groups; tourism route for Thai tourist and tourism route for foreign tourist. There are three tourism routes for Thai tourist; (1) tourism routes focused on natural identities, local handicrafts, and religion and beliefs, (2) tourism routes focused on local costume and local traditions and cultures and (3) tourism routes focused on local handicrafts and ethnic groups in the Lower Northeastern part of Thailand. In addition, there are four tourism routes for foreign tourist; (1) tourism routes focused on border tourism, (2) tourism routes focused on Mekong way of life linked to Southern Laos, (3) tourism routes focused on learning local costume, and (4) tourism routes focused on Mun way of life and local handicraft.

Keywords: Tourism route, Cultural identity of the Lower Northeastern Part of Thailand, Cultural tourism, the Lower Northeastern Part of Thailand

1. บทนำ

จากปัญหาการไหลออกของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานตอนล่าง รวมถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยจะพบได้ว่า ปัญหาประการสำคัญของปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้คือ การไหลออกของนักท่องเที่ยวในเมืองชายแดน (Transit tourist) เช่น ด้านชายแดนช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ด้านชายแดนช่องสะง่า จังหวัดศรีสะเกษ และด้านชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ จากตัวเลขสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดดังกล่าวในปี พ.ศ.2558 พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 3,844,061 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 45,794 คน ในขณะที่จังหวัดศรีสะเกษมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 2,043,544 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 35,340 คน และจังหวัดสุรินทร์มีนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 2,599,149 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 186,281 คน (สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง; ระบบออนไลน์; 2558) จากตัวเลขสถิติเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ยังคงเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะจุดโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วในปัจจุบัน (First class destination) ในขณะที่ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อื่นๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวรอง (Second class destination) ยังคงมีอยู่ในระดับสูง แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์อย่างจริงจัง เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสายเวียดนาม กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสายจีน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยกูย เป็นต้น ดังนั้นปัญหาเหล่านี้จึงนำไปสู่การเดินทางผ่าน (Transited tourist) ของนักท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอีสาน

จากสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาทางการท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนล่างในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นด้วยศักยภาพการเป็นเมืองชายแดนที่สามารถเชื่อมโยงกับเมืองคู่ค้าของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จังหวัดอุบลราชธานี-แขวงจำปาสัก ประเทศลาว จังหวัดศรีสะเกษ-จังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา จังหวัดสุรินทร์-จังหวัดอุดรเมียนเจย ประเทศกัมพูชา รวมถึงกระแสการท่องเที่ยวในอีสานตอนล่างและกลุ่มประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกับอีสานตอนล่างที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ดังนั้นหากพิจารณาความสัมพันธ์ของประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในปัจจุบันแล้ว การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะมีความสัมพันธ์กับความสำคัญของโจทย์การวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งคณะผู้วิจัยให้ความสำคัญในการร่างโครงการวิจัย เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพ รวมถึงการยกระดับมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวในอีสานใต้ผ่านการสร้างสรรค์

เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สอดคล้องกับความเป็น
อัตลักษณ์ของอีสานใต้ อันจะนำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้มากยิ่งขึ้น
รวมเป็นการชะลอนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางข้ามไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (Freeze
tourist) ทั้งยังเป็นการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ
ให้กับภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวที่สามารถ
นำไปบรรจุในรายการนำเที่ยวของตัวเอง เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย
และชาวต่างชาติได้ รวมถึงโครงการวิจัยในครั้งนี้จะมีผลผลิตที่ส่งเสริมของงานวิจัย
ได้แก่คู่มือแนะนำเที่ยว (Guidebook) ฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่อีสานใต้
ด้วย โดยความสัมพันธ์ของประเด็นปัญหาทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และ
ความสำคัญขอโครงการวิจัยที่จะช่วยแก้ไขปัญหาได้

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยจะนำผลของการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวไป
ต่อยอดองค์ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวในมิติการสร้างสรรค์รูปแบบเส้นทาง
การท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ผ่านคุณค่าของอัตลักษณ์ทาง
วัฒนธรรมและธรรมชาติด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดย
เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นที่รู้จักดี (First Class Destinations) และแหล่ง
ท่องเที่ยวรองที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก (Second Class Destinations) โดยการพัฒนา
การท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชนและสร้างความเข้าใจอันดี
ระหว่างผู้มาเยี่ยมเยือน (Guests) และผู้ถูกเยี่ยมเยือน (Hosts) จนเกิดการท่องเที่ยว
ซ้ำในพื้นที่อีสานใต้เพื่อแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อีสานใต้ในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.1 เพื่อรวบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
วิถีอีสานใต้

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของ
นักท่องเที่ยว

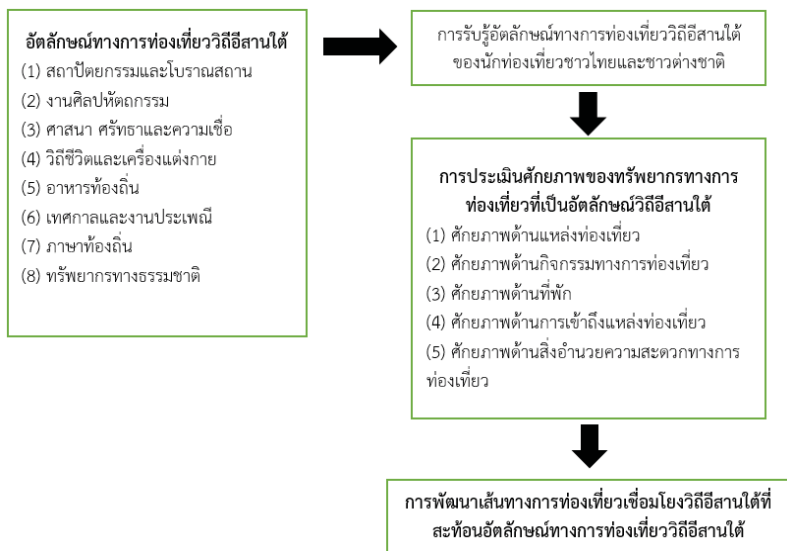
2.3 เพื่อประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์
วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

2.4 เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สะท้อน
อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

3. การทบทวนแนวคิดและกรอบแนวคิด

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย
แนวคิดหลัก (Core Concept) ประกอบด้วยแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (ฉลาต
ชาย รมิตานนท์, 2542: 76) เพื่อการศึกษาและรวบรวมอัตลักษณ์ของอีสานใต้
ประกอบด้วย (1) สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) งานศิลปหัตถกรรม (3) ศาสนา
ศรัทธาและความเชื่อ (4) วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (5) อาหารท้องถิ่น (6) เทศกาล
และงานประเพณี และ (7) ภาษาท้องถิ่น และแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยว (วิฑูรย์
เหลียวรุ่งเรือง, ม.ป.ป.: 6-8 อ้างใน วิภาวรรณ ปิ่นแก้ว, 2551) นำไปใช้ในการสร้าง
เส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวอัตลักษณ์อีสานใต้ โดยรูปแบบเส้นทาง
ท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น (1) เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเมือง (2) เส้นทาง
ธรรมชาติ และ (3) เส้นทางแบบผสมผสาน เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาเส้นทาง
การท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ รวมถึงการใช้แนวคิดเสริม
(Supporting concepts) ประกอบด้วยแนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
(Australia ICOMOS, 1999) ประกอบด้วย (1) คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์
(Aesthetic values) (2) คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical values) (3) คุณค่า
ด้านภูมิปัญญา (Scientific values) (4) คุณค่าทางสังคม (Social values) และ (5)
คุณค่าทางจิตใจ (Spiritual values) ใช้ในการศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้าง
สร้างสรรค์ (Richards, G., 2010) โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย
ลักษณะที่สำคัญดังนี้ (1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
(2) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (3) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทาง
วัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (4) เพิ่มประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (5) มี
การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว
(6) นักท่องเที่ยวเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (7) นักท่องเที่ยวมีโอกาส
พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (8)
กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์เกิด
ประสบการณ์จริง และ (9) เกิดการจดจำ ประทับใจและเข้าใจ รวมถึงแนวคิด

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549) ประกอบด้วย (1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพด้านที่พัก (4) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยจะนำมาใช้สำหรับการประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งวัฒนธรรมและธรรมชาติที่จะนำไปใช้ในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่อีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยสามารถสรุปได้ในแผนภาพที่ 1 ด้านล่าง



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย 1 ปี (15 มิถุนายน 2559 – 15 มิถุนายน 2560) ในพื้นที่ 5 จังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นในการศึกษาการพัฒนาเส้นทาง

การท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานได้ ประกอบด้วย (1) การรวบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ (2) การศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (3) การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ และ (4) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานได้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ โดยมีกลุ่มประชากรในการศึกษาจำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาซึ่งประกอบด้วย

4.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการศึกษา (1) การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (2) การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 100 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติแบบพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย (1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และ (2) การระดมความคิดเห็น (Focus group) โดยมีกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล เป็นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีสานใต้ ประกอบด้วย บุคลากรจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง อุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัด บริษัทนำเที่ยวในอีสานใต้ เช่น บริษัทศักดิ์ดาการท่องเที่ยว บริษัทเอ็มเจ บริษัทอินโดจีนทัวร์ บริษัทเสริมทรัพย์การท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวในประเทศลาว บริษัทนำเที่ยวในประเทศกัมพูชา สมาคมไทย

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.) (TEATA) ภาคชุมชน ประกอบด้วยชุมชนที่มีอัตลักษณ์ความเป็นอีสานใต้ที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ต่อไป

5. ผลการศึกษา

5.1 การรวบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

จากการรวบรวมข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของอีสานใต้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถจำแนกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ได้เป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) งานศิลปหัตถกรรม (3) ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ (4) วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (5) อาหารท้องถิ่น (6) เทศกาลและงานประเพณี (7) ภาษาท้องถิ่น และ (8) อัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ปรากฏในพื้นที่อีสานใต้ประกอบด้วย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ดังนี้

5.1.1 สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ได้แก่ (1) อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (2) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ตั้งอยู่บ้านตาเป็ก ตำบลตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ (3) แหล่งหินตัดบ้านกรวด อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ (4) ปราสาทหินเมืองต่ำ อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (5) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทพระแง ตั้งอยู่บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ (6) ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ตั้งอยู่ตำบลสระกำแพงใหญ่ อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ

5.1.2 งานศิลปหัตถกรรม ได้แก่ (1) กลุ่มหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (2) หมู่บ้านหัตถกรรมห้องบ้านทรายมูล อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (3) เครื่องเงินเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (4) เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอโขงเจียม จังหวัด

นครราชสีมา (5) หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจะโปะ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา (6) หมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ (7) หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ (8) มัดหมี่โฮลโบราณทอผ้าธรรมชาติบ้านนาตัง อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (9) ศูนย์การเรียนรู้ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ร้านกาลครั้งหนึ่ง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (10) หมู่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหลุ่งประดู่สามัคคี อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา (11) ชุมชนทอผ้าขึ้นดินแดงบ้านหนองตาไก่ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ (12) ผ้าภูอัคนี บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ (13) ชุมชนบ้านเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดสุรินทร์ (13) ผ้าไหมบ้านหนองบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ (14) บ้านคำปูน อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.3 ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ ได้แก่ (1) วัดโนนกลุ่ม (วัดหลวงพ้อโต) อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา (2) วัดบูรพาราม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (3) วัดมหาวนาราม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (4) วัดพระธาตุหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (5) วัดหนองป่าพง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี (6) วัดทุ่งศรีเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (7) วัดหลวง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (8) วัดถ้ำคูหาสวรรค์ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (9) วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี (10) วัดบ้านนาเมือง (วัดสระประสานสุข) อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ (11) วัดปากแซง อำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.4. วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ (1) หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง อำเภอท่าตูม จ.สุรินทร์ (2) ชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลาวละลาย อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ (3) เมืองเก่าเขมราฐธานี อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี (4) ชุมชนท่องเที่ยวบ้านกู่ ตำบลกู่ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ (5) ชุมชนบ้านผาชัน อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี และ (6) ชุมชนบ้านท่าล้ง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.5 อาหารท้องถิ่น ได้แก่ (1) ขนมจีนประโดก อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (2) หมี่โคราช อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (3) กุ้งจ่อมประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (4) ขาหมูนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ (5) เป็ดย่างคูเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ (6) กาละแมร์ศรีขรภูมิ

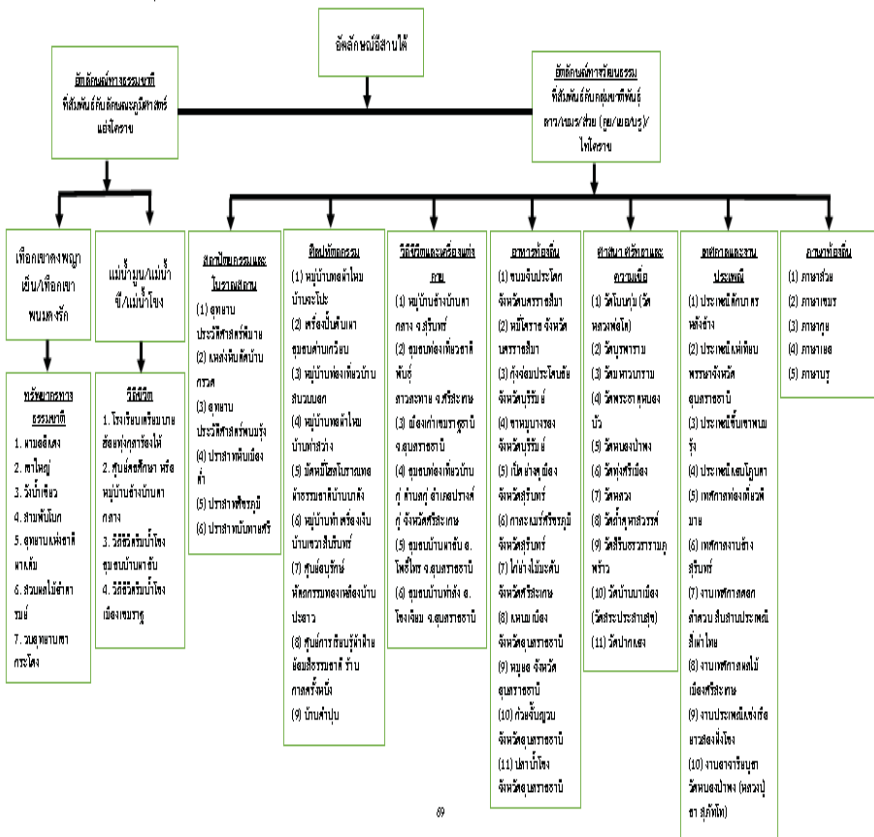
อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ (7) ไก่ย่างไม้มะดัน อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ (8) แหนมเนือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (9) หมูยอ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (10) ก๋วยจั๊บญวน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (11) ปลาน้ำโขง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.6 งานเทศกาลประเพณี ได้แก่ (1) งานเทศกาลเที่ยวพืชมาย มีกำหนดงานเทศกาลเที่ยวพืชมายขึ้น ในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนพฤศจิกายนของทุกปี (2) งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จัดขึ้นในวันเพ็ญเดือน 5 ของทุกปี (3) งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน (4) เทศกาลดอกคำวนบน ประเพณีสีเผ่าไทศรีสะเกษในช่วงเดือนมีนาคมของแต่ละปี (5) งานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี มีกำหนดการจัดงานขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 8 และแรม 1 ค่ำเดือน 8 หรือวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา ทุกปี (6) งานประเพณีเข้าพรรษา แห่เทียนนครราชสีมาจัดในช่วงวันเข้าพรรษา (7) ประเพณีบุญบั้งไฟ ตำบลละหาน อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ จัดในช่วงฤดูฝนที่เข้าสู่ฤดูทำนา อยู่ในช่วงเดือนหกหรือเดือนพฤษภาคม (8) ประเพณีแสนโกลนตา อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ จัดงานตั้งแต่ระหว่างวันแรม 13 ค่ำ ถึงแรม 14 ค่ำ เดือน 10 (9) ประเพณีแสนโกลนตา จังหวัดสุรินทร์ จัดงานตั้งแต่ระหว่างวันแรม 13 ค่ำ ถึงแรม 14 ค่ำ เดือน 10 เช่นเดียวกันกับจังหวัดศรีสะเกษ (10) งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี (งานย่าโม) เป็นงานประจำปีของจังหวัดซึ่งเริ่มขึ้นในวันที่ 23 มีนาคมของทุกปี

5.1.7 ภาษาท้องถิ่น ได้แก่ (1) ภาษาเขมร บ้านสนวนนอก ตำบลสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ (2) ภาษากูย บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (3) ภาษาเยอ บ้านหลุมหมอก ตำบลเมืองคง อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ (4) ภาษาบรู บ้านท่าล้ง ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.8 อัตลักษณ์ทางธรรมชาติ ได้แก่ (1) อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (2) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (3) วน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (4) ผามออีแดง อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ (5) สวนผลไม้เขตรมย์ อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ (6) สามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี (7) วนอุทยานเขากระโดง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ทั้งนี้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้สามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 2 ด้านล่าง



แผนภาพที่ 2 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
วิถีอีสานใต้

5.2 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยว

ด้านการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวจะประกอบด้วย การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ที่สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (3) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (4) อัตลักษณ์ทางศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ (5) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล (6) อัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น และ (7) อัตลักษณ์ทางวิถีชีวิตและการแต่งกาย ดังแสดงในตารางที่ 1 ด้านล่าง

ตารางที่ 1 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

| อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ | ลำดับของการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ | | | | | | | | รวมคะแนน | สรุปผล |
|---------------------------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | อันดับ 1 | อันดับ 2 | อันดับ 3 | อันดับ 4 | อันดับ 5 | อันดับ 6 | อันดับ 7 | อันดับ 8 | | |
| สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน | 1328 | 742 | 576 | 380 | 444 | 252 | 190 | 87 | 3999 | อันดับ 1 |
| ทรัพยากรธรรมชาติ | 856 | 420 | 312 | 260 | 144 | 75 | 84 | 37 | 2188 | อันดับ 3 |
| ศิลปหัตถกรรม | 416 | 679 | 516 | 365 | 104 | 57 | 68 | 24 | 2229 | อันดับ 2 |
| ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ | 368 | 581 | 366 | 335 | 176 | 105 | 64 | 43 | 2038 | อันดับ 4 |
| อาหารท้องถิ่น | 64 | 119 | 222 | 200 | 292 | 276 | 144 | 72 | 1389 | อันดับ 6 |
| ประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล | 168 | 189 | 300 | 325 | 224 | 225 | 112 | 61 | 1604 | อันดับ 5 |
| วิถีชีวิต และการแต่งกาย | 80 | 168 | 186 | 215 | 252 | 231 | 150 | 88 | 1370 | อันดับ 7 |

ส่วนการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (2) อัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น (3) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (4) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล (5) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (6) อัตลักษณ์ทาง ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ และ (7) อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ดังแสดงในตารางที่ 2 ด้านล่าง

ตารางที่ 2 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

| อัตลักษณ์ ทางการ ท่องเที่ยววิถี อีสานใต้ | ลำดับของการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ | | | | | | | | รวม คะแนน | สรุปผล |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|----------|
| | อันดับ 1 | อันดับ 2 | อันดับ 3 | อันดับ 4 | อันดับ 5 | อันดับ 6 | อันดับ 7 | อันดับ 8 | | |
| สถาปัตยกรรมและ โบราณสถาน | 112 | 63 | 42 | 100 | 48 | 63 | 58 | 25 | 511 | อันดับ 8 |
| ทรัพยากรธรรมชาติ | 128 | 168 | 84 | 75 | 56 | 66 | 44 | 10 | 631 | อันดับ 5 |
| ศิลปหัตถกรรม | 112 | 154 | 156 | 85 | 96 | 42 | 22 | 9 | 676 | อันดับ 3 |
| ศาสนา ศรัทธาและ ความเชื่อ | 80 | 112 | 90 | 75 | 108 | 54 | 42 | 15 | 576 | อันดับ 6 |
| อาหารท้องถิ่น | 232 | 126 | 96 | 100 | 36 | 54 | 24 | 15 | 683 | อันดับ 2 |
| ประเพณีวัฒนธรรม และ เทศกาล | 160 | 119 | 108 | 140 | 36 | 42 | 30 | 16 | 651 | อันดับ 4 |
| วิถีชีวิตและเครื่องแต่ง กาย | 208 | 119 | 186 | 45 | 48 | 39 | 24 | 17 | 686 | อันดับ 1 |

5.3 การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็น อัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

เมื่อพิจารณาศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ซึ่งจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพด้านที่พัก (4) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน ค่าเฉลี่ย 3.31 และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้านเช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ย 3.10 ดังแสดงในตารางที่ 3 ด้านล่าง

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

| ศักยภาพทางการ ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยว ชาวไทย) | ภาพรวมอีสานใต้ | | ระดับ ศักยภาพ | ศักยภาพ ทางการ ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยว ชาวไทย) | ภาพรวมอีสานใต้ | | ระดับ ศักยภาพ |
|--|----------------|-----------------------------|------------------|--|----------------|-----------------------------|------------------|
| | ค่าเฉลี่ย | ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน | | | ค่าเฉลี่ย | ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน | |
| 1. แหล่งท่องเที่ยว | 3.37 | 0.652 | ปาน กลาง | 1. แหล่ง ท่องเที่ยว | 3.10 | 0.852 | ปาน กลาง |
| 2. กิจกรรมการ ท่องเที่ยว | 3.30 | 0.703 | ปาน กลาง | 2. กิจกรรม การท่องเที่ยว | 3.14 | 0.831 | ปาน กลาง |
| 3. ที่พัก | 3.38 | 0.677 | ปาน กลาง | 3. ที่พัก | 3.07 | 0.978 | ปาน กลาง |
| 4. การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว | 3.23 | 0.700 | ปาน กลาง | 4. การเข้าถึง แหล่ง ท่องเที่ยว | 3.09 | 0.860 | ปาน กลาง |
| 5. สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการ ท่องเที่ยว | 3.26 | 0.652 | ปาน กลาง | 5. สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการ ท่องเที่ยว | 3.12 | 0.866 | ปาน กลาง |

| ศักยภาพทางการท่องเที่ยว | ภาพรวมอีสานใต้ | | ระดับศักยภาพ | ศักยภาพทางการท่องเที่ยว | ภาพรวมอีสานใต้ | | ระดับศักยภาพ |
|--|----------------|-------|--------------|--|----------------|-------|--------------|
| ระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยว (เฉลี่ยรวม) | 3.31 | 0.566 | ปานกลาง | ระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยว (เฉลี่ยรวม) | 3.10 | 0.877 | ปานกลาง |

5.4 การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยสามารถออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ โดยแบ่งเส้นทางออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.4.1 เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ด้วยตนเอง และเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุดโดยเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด มีระยะเวลาในการทำนันทนาการประมาณ 2.2 วัน

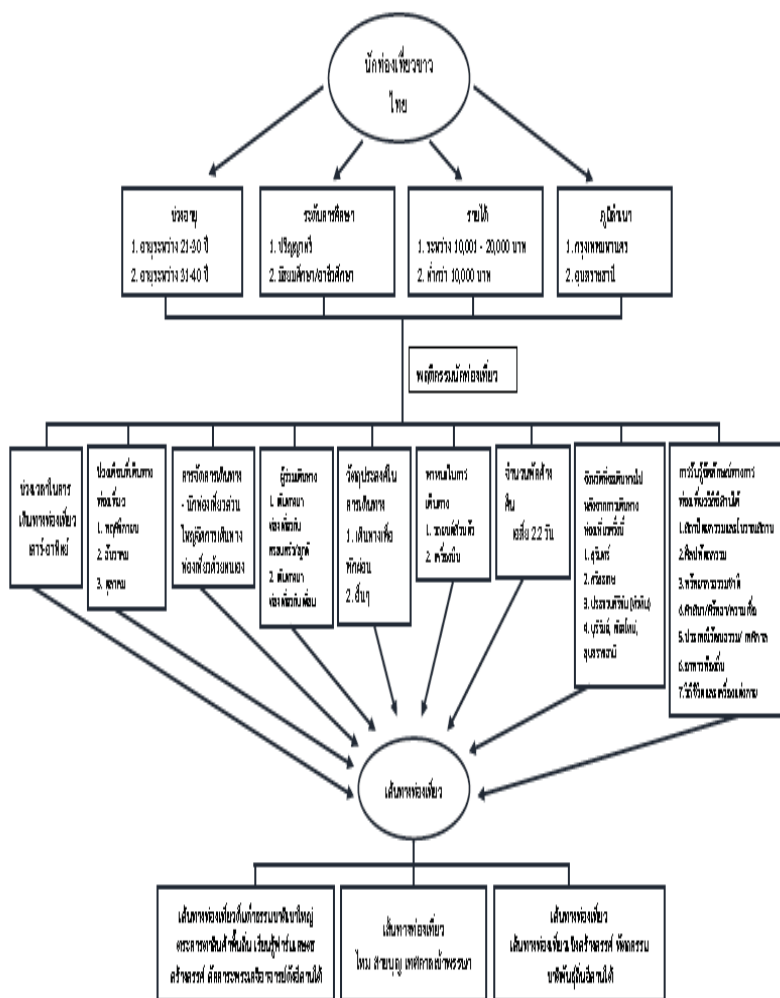
สำหรับการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถาปัตยกรรมและ

โบราณสถานมากที่สุด ตามมาด้วยแหล่งศิลปหัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศาสนา ศรัทธาและความเชื่อตามลำดับ

ทั้งนี้หากพิจารณาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานใต้ จะพบว่าในพื้นที่อีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอารยธรรมขอมที่มีเก่าแก่และชื่อเสียง เช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทศรีขรภูมิ ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่ และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่สนใจ นอกจากนี้ในพื้นที่อีสานใต้ยังมีอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมีหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอำเภอลำทะเมนชัย ในจังหวัดนครราชสีมา เขาค้อในจังหวัดบุรีรัมย์ วนอุทยานเขาพนมสวาย ในจังหวัดสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติผามออีแดงในจังหวัดศรีสะเกษ และอุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูจองนายอยในจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ในพื้นที่อีสานใต้ยังมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำมูลหรือแม่น้ำโขง ซึ่งก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น วังทะลุ ในจังหวัดสุรินทร์ แม่น้ำสองสีและสามพันโบกในจังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวทางศาสนา ความเชื่อ และศรัทธา จะพบว่าในพื้นที่อีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่หลายแห่งที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแรงศรัทธาที่มีต่อพระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงสายวิปัสสนากรรมฐาน ไม่ว่าจะเป็นหลวงปู่เสาร์ หลวงปู่ชา เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จึงสามารถสรุปความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 3 ด้านล่าง

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้จำนวน 3 เส้นทาง ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยวชมตำบลดอนขมิ้นใหญ่ ตระการตาสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตรสร้างสรรค์ สักการะพระเกจิอาจารย์ดังอีสานใต้ (2) เส้นทางท่องเที่ยว ไร่ สวน ภูเขา เทศกาลเข้าพรรษา และ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หัตถกรรม ชาติพันธุ์ถิ่นอีสานใต้ ดังเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางที่ 1-3 ด้านล่าง

แผนภาพที่ 3 สรุปพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย



เส้นทางที่ 1 จังหวัดนครราชสีมา – จังหวัดบุรีรัมย์ (3 วัน 2 คืน)

Theme: ตี๋มตำธรรมชาติเขาใหญ่ ตระการตาสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตร
สร้างสรรค์ สักการะพระเกจิอาจารย์ดังอีสานใต้

เส้นทาง: ฟีปี วิลเลจ์ เขาใหญ่ ไวน์เนอร์รี่ – ฟาร์มโชคชัย – The Chocolate
Factory เขาใหญ่ – วัดพระโต (วัดโนนกุ่ม) – วัดศาลาลอย – อุทยานประวัติศาสตร์
พิมาย – ไอโมบาย สเตเดียม – ถนนคนเดินเขากระวรา – วัดบ้านกรวด (หลวงปู่ผาด
ฐิติปัญโญ) – ปราสาทหินเมืองต่ำ- อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



เส้นทางที่ 2: จังหวัดสุรินทร์ - จังหวัดอุบลราชธานี (3 วัน 2 คืน)

Theme: เส้นทางไหม สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา

เส้นทาง: ตักบาตรบนหลังช้าง - ถวายเทียนพรรษา ณ วัดบูรพาราม – หมู่บ้านทอผ้า
ไหมท่าสวาง- เยือนชุมชนคนทำเทียนวัดศรีประดู่ – ชมขบวนแห่เทียนพรรษา –
วัดถ้ำคูหาสวรรค์ – วัดสิรินธรภูพร้าว – บ้านคำปุ่น - ศูนย์ OTOP อุบลราชธานี –
ซื้อของฝากเมืองอุบลฯ

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)

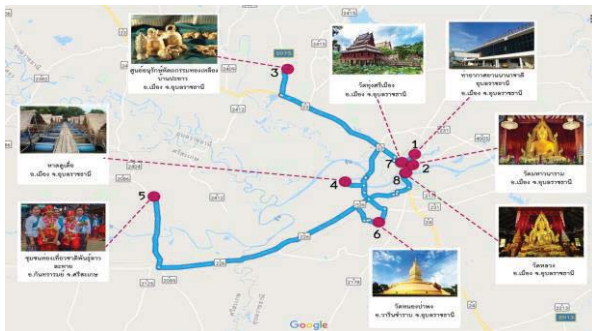


เส้นทางที่ 3: จังหวัดอุบลราชธานี – จังหวัดศรีสะเกษ – จังหวัดอุบลราชธานี (2 วัน 1 คืน)

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทัศนกรรมชาติพันธุ์อีสานใต้

เส้นทาง: จังหวัดอุบลราชธานี – วัดมหาวนาราม – ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว - ชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลาวละลาย – วัดหนองป่าพง – วัดทุ่งศรีเมือง – วัดหลวง – เดินทางกลับโดยเครื่องบิน

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 5 กิโลเมตร)



5.4.2 เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มี

ต่ออัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดยใช้เครื่องมืองานวิจัยแบบสอบถาม พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ที่สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ด้วยตนเองและเดินทางกับเพื่อน รวมถึงครอบครัวหรือญาติมากที่สุดโดยเดินทางในวันจันทร์-ศุกร์ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้เพื่อพักผ่อนและศึกษาหาความรู้มากที่สุด มีระยะเวลาในการพำนักประมาณ 14.1 วัน

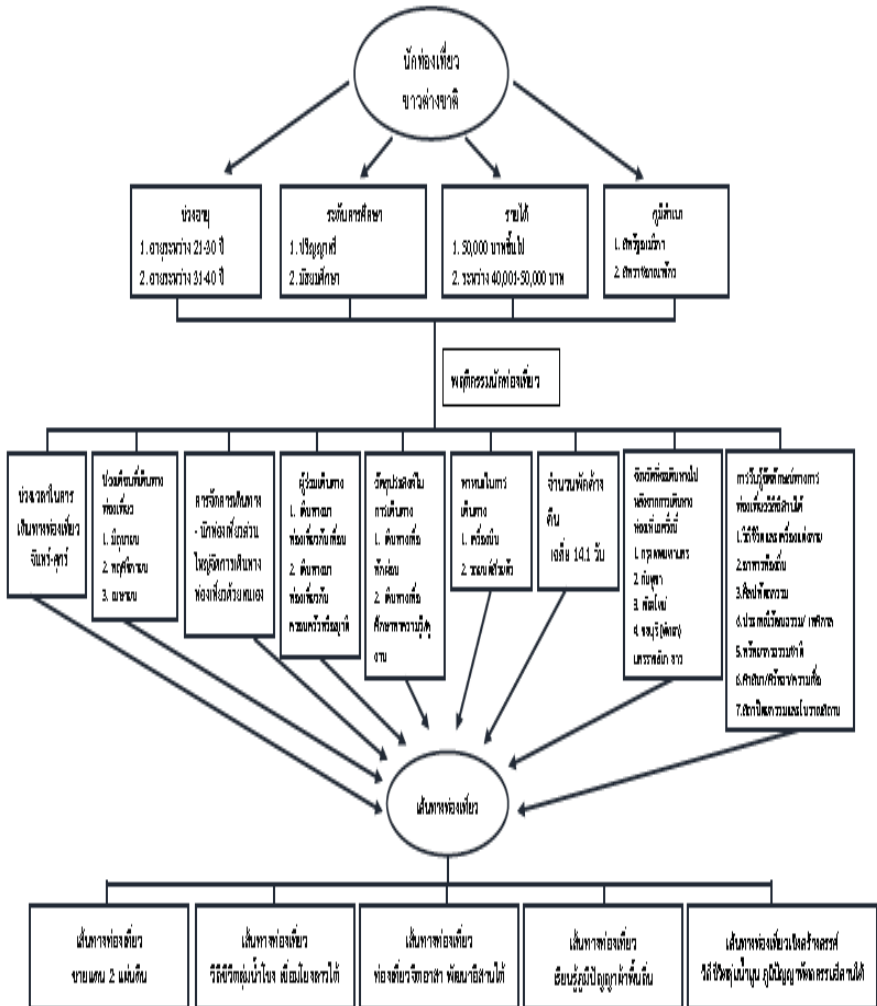
สำหรับการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และภูมิปัญญามากที่สุด ตามมาด้วยอาหารท้องถิ่นและแหล่งศิลปหัตถกรรม รวมถึงประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล ตามลำดับ

ทั้งนี้หากพิจารณาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานใต้ จะพบว่า ในพื้นที่อีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและเครื่องแต่งกายที่โดดเด่นหลาย แห่ง เช่น หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ชุมชนท่องเที่ยวชาตินั้ญลาวละทาย ชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มชาตินั้ญญ บ้านกู่ โรงเรียนเตรียมนายฮ้อยทุ่งกุลาร้องไห้ เมืองเขมราฐ ส่วนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ขนมจีนประโดก อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา หมี่โคราช อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา กุ้งจ่อม ประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ขาหมูนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็ดย่างคูเมือง อำเภอมือง จังหวัดสุรินทร์ กาละแมศรีขรภูมิ อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ไก่ย่างไม้มะดัน อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ แหนมเนือง อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี หมูยอ อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี ก้วยจี่บญวน อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี และปลาน้ำโขง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของแหล่งศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่น ได้แก่ หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจะโปะ หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ชุมชนทอผ้าขึ้นดินแดงบ้านหนองตาไก้ ผ้าภูอัคนี บ้านเจริญสุข หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง ผ้าไหมโฮลโบราณ บ้านนาตัง หมู่บ้านทำเครื่องเงินบ้านเขวาสินรินทร์ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเมือ่น้อย กลุ่มหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว รวมถึงประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล

เช่น ประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีตักบาตรบนหลังช้าง จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ประเพณีแซนโฌนตา งานเทศกาลเที่ยวพิมาย งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ เทศกาลดอกกลาดวนบาน ประเพณีสัปดาห์ไทรศรีสะเกษ เทศกาลเงาะ-ทุเรียน และของดีศรีสะเกษ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จึงสามารถสรุปความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 4 ด้านล่าง

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้จำนวน 5 เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยว ชายแดน 2 แผ่นดิน (2) เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เชื่อมโยงลาวได้ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น และ (4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูล ภูมิปัญญาหัตถกรรมอีสานใต้ ดังรายละเอียดตามรายการนำเที่ยวเส้นทางที่ 1-4 ด้านล่าง

แผนภาพที่ 4 สรุปพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



เส้นทางที่ 1: จังหวัดบุรีรัมย์ – จังหวัดสุรินทร์ – กัมพูชา – ศรีสะเกษ (4 วัน 3 คืน)

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวชายแดน 2 แผ่นดิน

เส้นทาง: อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง – ปราสาทหินเมืองต่ำ – หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง – ด่านชายแดนช่องจอม - (จังหวัดเลียมเรียบ ประเทศกัมพูชา) – โตนเลสาบ - ปราสาทนครวัด - นครธม - ปราสาทบายน - ปราสาทบันทายศรี - ปราสาทตาพรหม - จุดผ่านแดนถาวรช่องสะง่า - ผามออีแดง - สวนผลไม้จำปาสัก
แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



เส้นทางที่ 2: จังหวัดสุรินทร์ - จังหวัดอุบลราชธานี (3 วัน 2 คืน)

Theme: เส้นทางไหม สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา

เส้นทาง: ตักบาตรบนหลังช้าง - ถวายเทียนพรรษา ณ วัดบูรพาราม - หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง - เยือนชุมชนคนทำเทียนวัดศรีประดู่ - ชมขบวนแห่เทียนพรรษา - วัดถ้ำคูหาสวรรค์ - วัดสิรินธรเทพวราราม - บ้านคำปุ่น - ศูนย์ OTOP อุบลราชธานี - ชื้อของฝากเมืองอุบลฯ

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



เส้นทางที่ 3: จังหวัดบุรีรัมย์ – จังหวัดนครราชสีมา (3 วัน 2 คืน)

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น กลิ่นอายอารยธรรมขอม

เส้นทาง: ท่าอากาศยานบุรีรัมย์ – อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย – ชุมชนด่านเกวียน

- กลุ่มผ้าไหมบ้านจะโปะ - อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง - สนาม ไอ-โมบาย
สเตเดียม - ถนนคนเดินเขาชะกราว - บ้านสวนนอก

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



เส้นทางที่ 4: จังหวัดบุรีรัมย์ – จังหวัดสุรินทร์ (3 วัน 2 คืน)

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูน ภูมิปัญญาหัตถกรรมอีสานใต้

เส้นทาง: หมู่บ้านช้างบ้านตา – ผ้าไหมมัดหมี่โฮลโบราณย้อมสีธรรมชาติ – เครื่องเงินเขวาสินรินทร์ – ปราสาทศีขรภูมิ - หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง – ปราสาทเมืองต่ำ – อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง – วนอุทยานเขากระโดง - ถนนคนเดินเขาชะกราว
แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



7. การสรุปผลและการอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้พบว่า อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ด้านงานศิลปหัตถกรรม ด้านศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล และด้านภาษาท้องถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยของทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ที่ทำการศึกษารื่อง คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลงานวิจัยของ กิตติฤกษ์ พิตาทะสังข์ และศชาภุญ เหลี่ยมไธสง (2556) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ของสี่กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ เพื่อออกแบบการทุนสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม โดยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม ด้านภาษาท้องถิ่น ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น และด้านงานประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ข้างต้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ทั้ง 7 เส้นทาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการดำเนินงานวิจัยของ บัญชา นาคทอง และคณะ (2550) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ โดยผลการวิจัยพบว่า พื้นที่อีสานใต้สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้านได้โดยใช้พื้นฐานอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีร่วมกันเป็นตัวเชื่อมประสานความร่วมมือระหว่างประเทศโดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ในส่วนของการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ คณะผู้วิจัยได้มีการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวขึ้นจำนวน 7 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3 เส้นทาง และเส้นทาง การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 4 เส้นทาง โดยออกแบบ

เส้นทางท่องเที่ยวให้สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบผสมผสาน โดยผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยของ เกศรา สุกเพชร และวราวัชต์ มัธยมบุรุษ (ม.ป.ป.) เรื่อง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และผลการศึกษาของงานวิจัยของ สมภาพ คล้ายวิเชียร และคณะ (2550) เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ โดยผลการวิจัยพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้สามารถออกแบบและพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางจาริกแสวงบุญ ซึ่งปรากฏศาสนสถานที่มีรูปแบบทางศิลปกรรมลักษณะเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันระหว่างศาสนสถานในภาคอีสานใต้ของประเทศไทยกับศาสนสถานในสาธารณรัฐกัมพูชาประชาธิปไตย โดยจากความสอดคล้องของผลการดำเนินงานวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าสนใจของเส้นทางท่องเที่ยวและส่งเสริมอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ได้เพิ่มมากขึ้น และมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ จากประสบการณ์ดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจอัตลักษณ์ที่สำคัญของอีสานใต้ผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถที่จะใช้ประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ใหม่นั้น มาใช้กับชีวิตหรือการทำงานของตนภายหลังที่กลับมาจากการท่องเที่ยวแล้วด้วย เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและโดดเด่นจากเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 8 เส้นทาง

8. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพของเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

8.1.1 การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว แม้ว่าในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานใต้จะมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะตนในแต่ละพื้นที่ แต่ควรมีการส่งเสริมอัตลักษณ์เหล่านั้นให้ความชัดเจนมากขึ้น โดยใช้กระบวนการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่กระบวนการในการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือมีเป้าหมายร่วมกัน การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินนโยบายร่วมกัน รวมถึงการดำเนินนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนำข้อมูลไปใช้ในส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ที่ตรงกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้

8.1.2 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเน้นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นตามหลักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง คือได้ลงมือประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น โดยการถ่ายทอดความรู้จากบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในกิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจในอัตลักษณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมนั้นควรเป็นกิจกรรมซึ่งดำเนินเป็นปกติในชีวิตประจำวันของคนในท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การทำนา หรือการทำเครื่องเงินซึ่งแม้ไม่มีการประสานงานพื้นที่ก่อนล่วงหน้านักท่องเที่ยวก็สามารถเข้าไปเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะปรากฏเป็นปกติในแหล่งท่องเที่ยว

8.1.3 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังขาดการพัฒนาด้านการคมนาคมโดยเฉพาะป้ายบอกทาง ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในหลายๆพื้นที่ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาเส้นทาง

คมนาคม ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนของนักท่องเที่ยว รวมถึงป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

8.1.4 การพัฒนาทางการตลาด ควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้กับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อที่มีความทันสมัยทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก

8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว หรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

8.2.2 ควรมีงานวิจัยในการพัฒนาและสืบทอดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดมูลค่าและคุณค่าอย่างยั่งยืน เพื่อหาแนวทางในการรักษาและสืบทอดอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความคงอยู่ อีกทั้งเพื่อหาแนวทางให้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวของพื้นที่อีสานใต้ได้มีส่วนร่วมในการการพัฒนา และสืบทอดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

8.2.3 ควรมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการและทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอก โดยเฉพาะสถาบันทางการศึกษา ในออกแบบหลักสูตรและการจัดอบรมให้มีความเหมาะสมกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- กิตติฤกษ์ ปิตาทะสังข์ และ คชากฤษ เหลี่ยมไธสง. (2556). การศึกษาอัตลักษณ์ของ
สื่ากลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ เพื่อออกแบบการฟื้นฟูสำหรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อภูมิทัศน์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เกศรา สุขเพชร และ วารินทร์ มัธยมบุรุษ. (ม.ป.ป.). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว
เพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษา
พื้นที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะและชุมชนรอบจังหวัดลำปาง. รายงาน
การค้นคว้าแบบอิสระ กลุ่มการวิจัยท่องเที่ยวยั่งยืน. พะเยาวิจัย 1.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2542). แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็น “ไท”.
กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่องการศึกษา
ประวัติศาสตร์และวรรณกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไท.
- ทรงคุณ จันทจร และคณะ. (2552). คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการ
นำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และ
ภาคใต้. สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- บัญชา นาคทอง และคณะ. (2550). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
อีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา. รายงาน
การค้นคว้าแบบอิสระ.
- สมาพร คล้ายวิเชียร และคณะ. (2550). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้าน
ช้างในอีสานใต้. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ. สนับสนุนโดยสำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. (2558). สถิติการเดินทางเข้าออกชาวต่างชาติ. ระบบ
ออนไลน์. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 15 กรกฎาคม 2560.
https://www.immigration.go.th/immigration_stats
- ICOMOS Australia. (1999). The Burra Charter: The Australia ICOMOS
Charter for Places of Cultural Significance. Australia: ICOMOS

Richards, G. (2010). **Creative Tourism and Local Development**. In Wurzburger, Rebecca, et al. *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*. Santa Fe: Sunstone Press.