

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว วิถีอีสานได้

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

ผศ.ดร.สุวัตถ์ ศรีจ่องแสง¹

วรารัตน์ บุญแฟง²

ดร. สิริรัตน์ ขอบข่าย³

เขมจิรา หนองเป็ด⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) รวบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ (2) ศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ของนักท่องเที่ยว (3) ประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ (4) พัฒนาแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานได้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ โดยใช้แนวคิดทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยแนวคิดหลัก (Core Concept) ได้แก่ แนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยว 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) ประชารที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐบาลในพื้นที่ 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย

ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่อีสานใต้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 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 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (3) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (4) อัตลักษณ์ทางศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (5) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล (6) อัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น (7) อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย และ (8) อัตลักษณ์ด้านภาษาท้องถิ่น ในส่วนของการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) ลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย (2) อัตลักษณ์ทางอาหารท้องถิ่น (3) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (4) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและ

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

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ ซึ่งจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพด้านที่พัก (4) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสาน ได้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน ค่าเฉลี่ยรวม 3.31 ในส่วนของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยรวม 3.10

ผลการประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ทำให้พบว่า กลุ่มอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) ด้านศิลปหัตถกรรม (3) ด้านศาสนา ศรัทธา และความเชื่อ (4) ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย (5) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทศบาล และ (6) ด้านธรรมชาติ ส่วนกลุ่มอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ที่ยังขาดศักยภาพทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น และ (2) ด้านภาษาท้องถิ่น

ดังนั้น จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวมถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของอีสานได้คณะผู้วิจัยสามารถออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานได้บนฐาน อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้และเชื่อมโยง กับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ ราชอาณาจักรกัมพูชา โดยแบ่งเส้นทางออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เส้นทาง การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประกอบด้วยเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 3 เส้นทาง ประกอบด้วย (1) เส้นทาง ท่องเที่ยวดีมดำธรรมชาติเข้าใหญ่ ตระการตาสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตรสร้างสรรค์ สักการะพระเจ้าอาจารย์ดังอีสานใต้ (2) เส้นทางท่องเที่ยว ใหม่ สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา และ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หัตถกรรม ชาติพันธุ์อีสานใต้ สำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วยเส้นทางการท่องเที่ยว จำนวน 4 เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยว ชาญแคน 2 แผ่นดิน (2) เส้นทาง ท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เชื่อมโยงลาวใต้ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญา ผ้าพื้นถิ่น และ (4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูล ภูมิปัญญา หัตถกรรมอีสานใต้

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

จากปัญหาการแหลกอกของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานตอนล่าง รวมถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเข้ามาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย จะพบได้ว่า ปัญหาประการสำคัญของปรากฏการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค นี้คือ การแหลกอกของนักท่องเที่ยวในเมืองชายแดน (Transit tourist) เช่น ด้านชายแดนซ่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ด้านชายแดนซ่องสะจำ จังหวัดศรีสะเกษ และด้านชายแดนซ่องจอม จังหวัดสุรินทร์ จากตัวเลขสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดตั้งกล่าวในปี พ.ศ.2558 พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 3,844,061 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 45,794 คน ในขณะที่จังหวัดศรีสะเกษ geom จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 2,043,544 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 35,340 คน และจังหวัดสุรินทร์มีนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 2,599,149 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 186,281 คน (สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง; ระบบออนไลน์; 2558) จากตัวเลขสถิติเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดในพื้นที่อีสานได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ยังคงเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะจุดโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วในปัจจุบัน (First class destination) ในขณะที่ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้อีก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวรอง (Second class destination) ยังคงมีอยู่ในระดับสูง แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์อย่างจริงจัง เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสายเวียดนาม กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสายจีน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยกุย เป็นต้น ดังนั้นปัจจุหาเหล่านี้จึงนำไปสู่การเดินทางผ่าน (Transited tourist) ของนักท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอีสาน

จากสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาทางการท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนล่างในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นด้วยศักยภาพการเป็นเมืองชายแดนที่สามารถเชื่อมโยงกับเมืองคู่ข้างของประเทศไทยเพื่อนบ้าน เช่น จังหวัดอุบลราชธานี-แขวงจำปาศักดิ์ ประเทศไทย จังหวัดศรีสะเกษ-จังหวัดพระวิหาร ประเทศไทยกัมพูชา จังหวัดสุรินทร์-จังหวัดอุดรเมียนเจย ประเทศไทย กัมพูชา รวมถึงกระแสการท่องเที่ยวในอีสานตอนล่างและกลุ่มประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกับอีสานตอนล่างที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ดังนั้นหากพิจารณาความสัมพันธ์ของประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นทางด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในปัจจุบันแล้ว การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะมีความสัมพันธ์กับความสำคัญของจothyการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งค่อนข้างวิจัยให้ความสำคัญในการร่างโครงการวิจัย เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพ รวมถึงการยกระดับมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวในอีสานใต้ผ่านการสร้างสรรค์

เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของอีสานใต้ อันจะนำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้มากยิ่งขึ้น รวมเป็นการชะลอนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางข้ามไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (Freeze tourist) ทั้งยังเป็นการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวที่สามารถนำไปบรรจุในรายการนำเที่ยวของตัวเอง เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้ รวมถึงโครงการวิจัยในครั้งนี้จะมีผลผลิตที่ส่งเสริมของงานวิจัย ได้แก่คู่มือนำเที่ยว (Guidebook) ฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่อีสานใต้อีกด้วย โดยความสัมพันธ์ของประเด็นปัญหาทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และ ความสำคัญของโครงการวิจัยที่จะช่วยแก้ไขปัญหาได้

ทั้งนี้คุณผู้วิจัยจะนำผลของการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวไป ต่อยอดองค์ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวในมิติการสร้างสรรค์รูปเส้นทาง การท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ผ่านคุณค่าของอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมและธรรมชาติต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดย เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นที่รู้จักดี (First Class Destinations) และแหล่ง ท่องเที่ยวรองที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก (Second Class Destinations) โดยการพัฒนา การท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชนและสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างผู้มาเยี่ยมเยือน (Guests) และผู้ถูกเยี่ยมเยือน (Hosts) จนเกิดการท่องเที่ยว ข้าในพื้นที่อีสานใต้เพื่อแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อีสานใต้ในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.1 เพื่อร่วบรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว วิถีอีสานใต้

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของ นักท่องเที่ยว

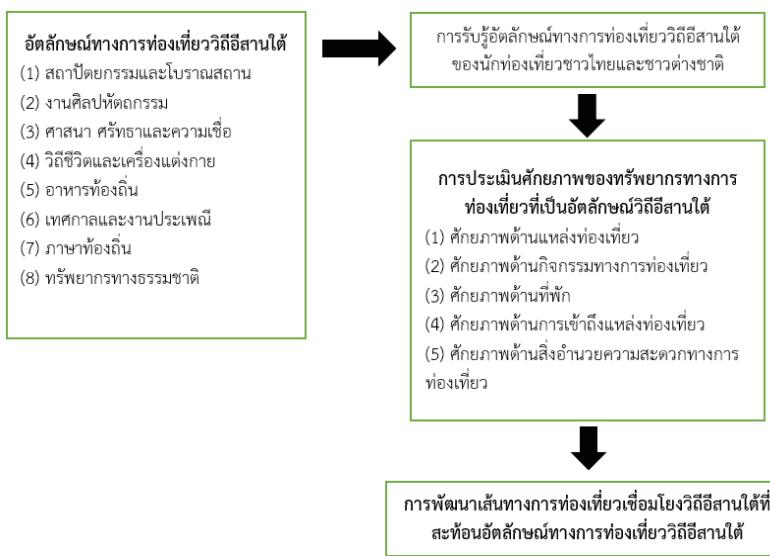
2.3 เพื่อประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

2.4 เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

3. การทบทวนแนวคิดและกรอบแนวคิด

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยแนวคิดหลัก (Core Concept) ประกอบด้วยแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (ชาด ชา รimitation ที่, 2542: 76) เพื่อการศึกษาและรวบรวมอัตลักษณ์ของอีสานใต้ประกอบด้วย (1) สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) งานศิลปหัตถกรรม (3) ศาสนาคริสต์และความเชื่อ (4) วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (5) อาหารท้องถิ่น (6) เทศกาลและงานประเพณี และ (7) ภาษาท้องถิ่น และแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยว (วิจารย์ เหลี่ยวรุ่งเรือง, ม.ป.ป.: 6-8 จังใน วิภาวรรณ ปีนแกร้ว, 2551) นำไปใช้ในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวอัตลักษณ์อีสานใต้ โดยรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น (1) เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเมือง (2) เส้นทางธรรมชาติ และ (3) เส้นทางแบบผสมผสาน เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ รวมถึงการใช้แนวคิดเสริม (Supporting concepts) ประกอบด้วยแนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Australia ICOMOS, 1999) ประกอบด้วย (1) คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic values) (2) คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical values) (3) คุณค่าด้านภูมิปัญญา (Scientific values) (4) คุณค่าทางสังคม (Social values) และ (5) คุณค่าทางจิตใจ (Spiritual values) ใช้ในการศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, G., 2010) โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญดังนี้ (1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (2) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลวัฒนธรรม (3) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (4) เพิ่มประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (5) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและส่งผ่าน ส่งต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (6) นักท่องเที่ยวเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (7) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (8) กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นความจริงแท้ทั้งในกระบวนการและการผลิตและผลิตภัณฑ์เกิดประสบการณ์จริง และ (9) เกิดการจดจำ ประทับใจและเข้าใจ รวมถึงแนวคิด

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

การท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ ประกอบด้วย (1) การรวบรวมทรัพยากร การท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ (2) การศึกษาการรับรู้ อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (3) การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ที่ เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ และ (4) การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดยมีกลุ่มประชากรในการศึกษาจำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาซึ่ง ประกอบด้วย

4.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
คณผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการศึกษา (1) การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติ (2) การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดย กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดย การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ แบบพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)
คณผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย (1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และ (2) การระดมความคิดเห็น (Focus group) โดยมีกลุ่มประชากรที่ ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล เป็นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงาน ภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีสานใต้ ประกอบด้วย บุคลากรจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง องค์สภาพรัฐบาล สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน ประกอบด้วย หอการค้า จังหวัด บริษัทนำเที่ยวในอีสานใต้ เช่น บริษัทศักดิ์ด้าการท่องเที่ยว บริษัทเอ็มเจ บริษัทอินโดจีนทัวร์ บริษัทเสริมทรัพย์การท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย สมาคมไทย

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และอนุรักษ์ (สหอ.) (TEATA) ภาคชุมชน ประกอบด้วยชุมชนที่มีอัตลักษณ์ความเป็นอีสานใต้ที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สามารถสืบท่อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ 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) เทคโนโลยีและงานประเพณี (7) ภาษาท้องถิ่น และ (8) อัตลักษณ์ที่สืบท่อนถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ปรากฏในพื้นที่อีสานใต้ประกอบด้วย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ดังนี้

5.1.1 สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ได้แก่ (1) อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (2) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ตั้งอยู่บ้านตาเปึก ตำบลตาเปึก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ (3) แหล่งน้ำตัดบ้านกรวด อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ (4) ปราสาทหินเมืองต่า อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (5) ปราสาทศีรภูมิหรือปราสาทระแหง ตั้งอยู่บ้านปราสาท ตำบลระแหง อำเภอศีรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ (6) ปราสาทสรงกำแพงใหญ่ ตั้งอยู่ตำบลสรงกำแพงใหญ่ อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ

5.1.2 งานศิลปหัตถกรรม ได้แก่ (1) กลุ่มหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะขาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (2) หมู่บ้านหัตถกรรมช่องบ้านทราย มูล อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (3) เครื่องเงินเขวาสินธินทร์ อำเภอเขวาสินธินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (4) เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอโขคชัย จังหวัด

นครราชสีมา (5) หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจะไป ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา (6) หมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านสวนนอก อำเภอหัวยราช จังหวัดบุรีรัมย์ (7) หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ (8) มัดหมีโอล โบราณทอผ้าธรรมชาติบ้านนาตัง อำเภอเขาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (9) ศูนย์การเรียนรู้ผ้าฝ้ายอ้อมสีธรรมชาติ ร้านกาลครั้งหนึ่ง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (10) หมู่บ้านปลูกหม่อนลี้ยงไหมบ้านหลุ่งประดู่สามัคคี อำเภอหัวย แหลง จังหวัดนครราชสีมา (11) ชุมชนทอผ้าชินตีนแดงบ้านหนองตาไก่ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ (11) ผ้าภูอัคัน บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ (12) ชุมชนบ้านเมืองหลวง อำเภอหัวยทับทัน จังหวัดสุรินทร์ (13) ผ้าไหมบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ (14) บ้านคำปุน อำเภอวาริน ชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.3 ศาสนาม ศรัทธาและความเชื่อ ได้แก่ (1) วัดโนนกุ่ม (วัดหลวงพ่อโต) 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) วัดสิรินธรารามภูพร้าว อำเภอสิรินธร์ จังหวัดอุบลราชธานี (10) วัดบ้านนาเมือง (วัดสาระประสานสุข) อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ (11) วัดปากแขง อำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.4. วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ (1) หมู่บ้านช้างบ้าน ตากลาง อำเภอท่าตุม จ.สุรินทร์ (2) ชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลัวภัทาย อำเภอ กันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ (3) เมืองเก่าเขมราฐ อำเภอเขมราฐ จังหวัด อุบลราชธานี (4) ชุมชนท่องเที่ยวบ้านกู่ ตำบลกู่ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ (5) ชุมชนบ้านผาชัน อำเภอโพธ์ทราย จังหวัดอุบลราชธานี และ (6) ชุมชนบ้านท่าลัง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.5 อาหารท้องถิ่น ได้แก่ (1) ขนมจีนประโภค อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (2) หมี่โคราช อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (3) กุ้งจ่อม ประโภนชัย อำเภอประโภนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (4) ขาหมูนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ (5) เป็ดย่างคุเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ (6) กะลามแมร์ศรีชรภูมิ

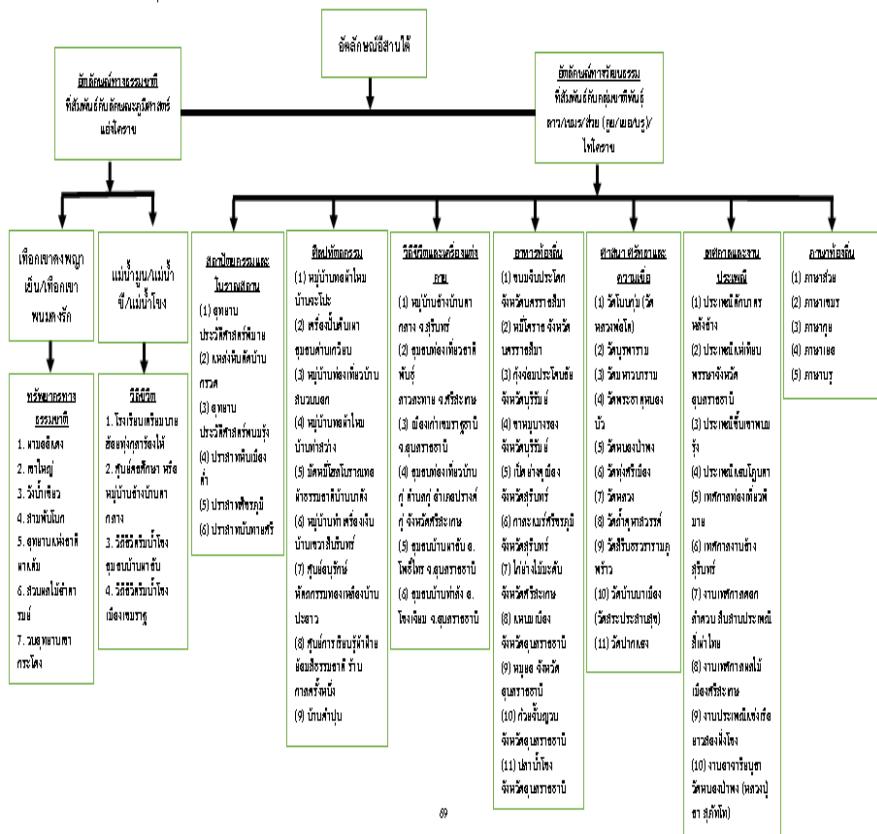
อำเภอศรีรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ (7) ไก่ย่างไม้มะดัน อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ (8) แทนเนื้อง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (9) หมูยอ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (10) ก๋วยจื๊บญวน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (11) ปลาหน้าโขง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.6 งานเทศบาลประเพณี ได้แก่ (1) งานเทศบาลเที่ยวพิมาย มีกำหนดงานเทศบาลเที่ยวพิมายขึ้น ในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนพฤษจิกายนของทุกปี (2) งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จัดขึ้นในวันพุธเดือน 5 ของทุกปี (3) งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ จัดขึ้นในเดือนพฤษจิกายน (4) เทศกาลดอกลำดวนบาน ประเพณีสี่แผ่นดินศรีสะเกษในช่วงเดือนมีนาคมของแต่ละปี (5) งานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี มีกำหนดการจัดงานขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 8 และแรม 1 ค่ำเดือน 8 หรือวันอาทิตย์บุญธรรมและวันเข้าพรรษา ทุกปี (6) งานประเพณีเข้าพรรษา แห่เทียนครรษานต์ในช่วงวันเข้าพรรษา (7) ประเพณีบุญบั้งไฟ ตำบลละไทย อำเภอแก้กันทารามย์ จังหวัดศรีสะเกษ จัดในช่วงฤดูฝนที่เข้าสู่ฤดูทำนา อยู่ในช่วงเดือนกหหรือเดือนพฤษภาคม (8) ประเพณีแซนโภูนา อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ จัดงานตั้งแต่ระหว่างวันแรม 13 ค่ำ ถึงแรม 14 ค่ำ เดือน 10 (9) ประเพณีแซนโภูนา 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) ภาษาถยูก บ้านตากลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (3) ภาษาเยอ บ้านหลุบโมก ตำบลเมืองคง อำเภอราษฎร์ศิล จังหวัดศรีสะเกษ (4) ภาษาบຽ บ้านท่าลัง ตำบลห้วยไฝ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

5.1.8 อัตลักษณ์ทางธรรมชาติ ได้แก่ (1) อุทยานแห่งชาติตาแಡ้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (2) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (3) วังน้ำเยี้ยว อำเภอวังน้ำเยี้ยว จังหวัดนครราชสีมา (4) ผา摩อีเดง อำเภอแก้กันทรายลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ (5) สวนผลไม้ชัมตามย์ อำเภอแก้กันทรายลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ (6) สามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี (7) วนอุทยานเขากระโถง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ทั้งนี้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้สามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 2 ด้านล่าง



แผนภาพที่ 2 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจำแนกตามอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
วิถีอีสานใต้

5.2 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยว

ด้านการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวจะประกอบด้วย การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวอีสานใต้ ที่สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองมากไปหนึ่งอย่างได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (3) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (4) อัตลักษณ์ทาง ศาสนา 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
วิถีชีวิตรและภาระต่างภัย	80	168	186	215	252	231	150	88	1370	อันดับ 7

ส่วนการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวอีสานใต้ ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ (1) อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (2) อัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่น (3) อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม (4) อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทคโนโลยี (5) อัตลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ (6) อัตลักษณ์ทาง ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ และ (7) อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ตั้งแสดงในตารางที่ 2 ด้านล่าง

ตารางที่ 2 การรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้	ลำดับของการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้								รวมคะแนน	สรุปผล
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	อันดับ 6	อันดับ 7	อันดับ 8		
สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน	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 ศรัทธาและความเชื่อ	80	112	90	75	108	54	42	15	576	อันดับ 6
อาหารท้องถิ่น	232	126	96	100	36	54	24	15	683	อันดับ 2
ประเพณีวัฒนธรรมและเทคโนโลยี	160	119	108	140	36	42	30	16	651	อันดับ 4
วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย	208	119	186	45	48	39	24	17	686	อันดับ 1

5.3 การประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนาอิทธิพลการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนาอิทธิพลการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้

เมื่อพิจารณาศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ที่เอื้อต่อการพัฒนาอิทธิพลการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานได้ จำกัดความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ ซึ่งจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพด้านที่พัก (4) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน ค่าเฉลี่ย 3.31 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ย 3.10 ดังแสดงในตารางที่ 3 ด้านล่าง

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวชาวไทย)	ภาพรวมอีสานได้		ระดับ ศักยภาพ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวชาวไทย)	ภาพรวมอีสานได้		ระดับ ศักยภาพ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน			ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. แหล่งท่องเที่ยว	3.37	0.652	ปานกลาง	1. แหล่งท่องเที่ยว	3.10	0.852	ปานกลาง
2. กิจกรรมการท่องเที่ยว	3.30	0.703	ปานกลาง	2. กิจกรรมการท่องเที่ยว	3.14	0.831	ปานกลาง
3. ที่พัก	3.38	0.677	ปานกลาง	3. ที่พัก	3.07	0.978	ปานกลาง
4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.23	0.700	ปานกลาง	4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.09	0.860	ปานกลาง
5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	3.26	0.652	ปานกลาง	5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	3.12	0.866	ปานกลาง

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

5.4 การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ คงจะผู้วิจัยได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้ คงจะผู้วิจัยสามารถออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ โดยแบ่งเส้นทางออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.4.1 เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ด้วยตนเอง และเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุด โดยเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มากที่สุด มีระยะเวลาในการพำนักระยะ 2.2 วัน

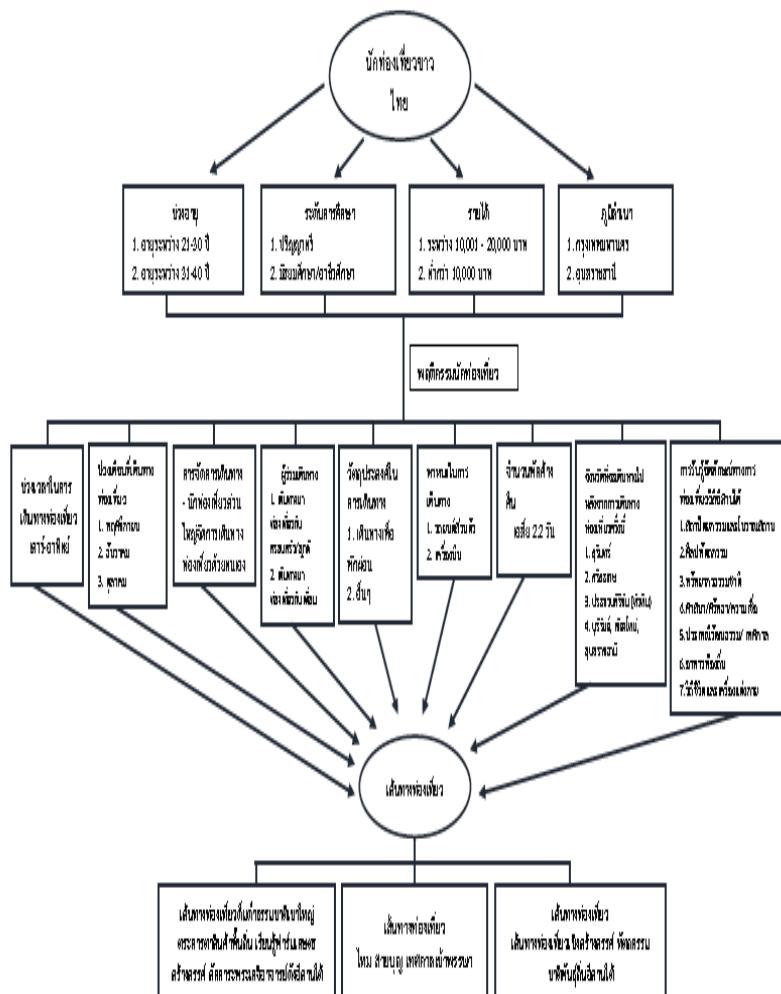
สำหรับการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถาปัตยกรรมและ

โบราณสถานมากที่สุด ตามมาด้วยแหล่งศิลปหัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และศิลปะ ศรั้งราและความเชื่อตามลำดับ

ทั้งนี้หากพิจารณาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานได้ จะพบว่า ในพื้นที่อีสานได้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอารยธรรมของที่มีเก่าแก่และซื่อสี่ง เช่น ปราสาทพินพิมาย ปราสาทพินพนมรุ้ง ปราสาทศรีชรบุรี ปราสาทวัดสารคาม กำแพงใหญ่ ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สืบทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่ และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่สนใจ นอกจากนี้ในพื้นที่อีสานได้ยังมีอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีซื่อสี่งและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเมือง外 แห่งไม่รู้จะเป็นอุทยานแห่งชาติเข้าใหญ่ และอำเภอวังน้ำเขียว ในจังหวัดนครราชสีมา เขากะรังโถงในจังหวัดบุรีรัมย์ วนอุทยานเข้าพนมสาย ในจังหวัดสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติผาอ้อแดงในจังหวัดศรีสะเกษ และอุทยานแห่งชาติพาเต้ม อุทยานแห่งชาติภูจองคำอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ในพื้นที่อีสานได้ยังมีแม่น้ำสายสำคัญให้ลองไม่รู้จะเป็นแม่น้ำมูลหรือแม่น้ำโขง ซึ่งก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น วังกะลุ ในจังหวัดสุรินทร์ แม่น้ำสองสีและสามพันโบกในจังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวทางศาสนา ความเชื่อ และศรั้งรา จะพบว่าในพื้นที่อีสานได้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่หลายแห่งที่มีซื่อสี่ง และเป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแรงศรั้งราที่มีต่อพระเจ้าจารย์ที่มีซื่อสี่งสายวิปัสสนากรรมฐาน ไม่รู้จะเป็นหลวงปู่เสาร์ หลวงปู่ชา เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างลักษณ์ทางประชารัฐฯ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานได้ จึงสามารถสรุปความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 3 ด้านล่าง

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว คณานุวิจัยจึงได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสาน ได้จำนวน 3 เส้นทาง ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยวดีม่ำดั่งธรรมชาติเข้าใหญ่ ตระการตาสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตรสร้างสรรค์ สักการะพระเจ้าจารย์ดังอีสานใต้ (2) เส้นทางท่องเที่ยว ใหม่ สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา และ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หัตถกรรม ชาติพันธุ์ถิ่นอีสานใต้ ดังเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางที่ 1-3 ด้านล่าง

แผนภาพที่ 3 สรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย



เส้นทางที่ 1 จังหวัดนครราชสีมา – จังหวัดบุรีรัมย์ (3 วัน 2 คืน)

Theme: ตีมธรรมชาติเข้าใหญ่ ตราชาราชสินค้าพื้นถิ่น เรียนรู้ฟาร์มเกษตรสร้างสรรค์ สักการะพระเกจิอาจารย์ดังอีสานได้

เส้นทาง: พีปี วัลเล่ย์ เข้าใหญ่ ไวน์เนอรี่ – ฟาร์มโชคชัย – The Chocolate Factory เข้าใหญ่ – วัดพระโต (วัดโนนกุ่ม) – วัดศalaaloy – อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย – ไอ莫บาย สเตเดียม – ถนนคนเดินเชาะกร้าว – วัดบ้านกรวด (หลวงปู่ผาด จิตติปัญญ์) – ปราสาททิพย์เมืองท่า – อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



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

Theme: เส้นทางใหม่ สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา

เส้นทาง: ตักบาตรบนหลังช้าง - ถวายเทียนพรรษา ณ วัดบูรพาราม - หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง - เยือนชุมชนทำเทียนวัดศรีประดู่ - ชุมชนวนแห่เทียนพรรษา - วัดถ้ำคุหาสารรรค - วัดสีรินธรวรรพร้าว - บ้านคำปุน - ศูนย์ OTOP อุบลราชธานี - ช้อปของฝากเมืองอุบลฯ

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)

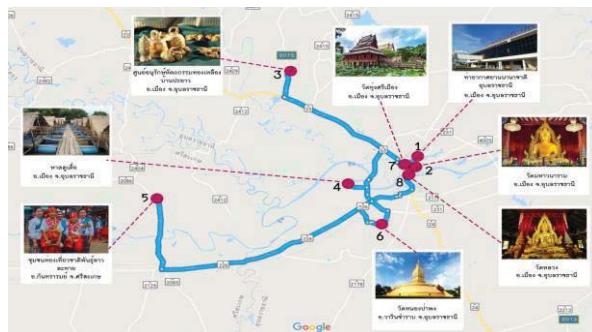


เส้นทางที่ 3: จังหวัดอุบลราชธานี – จังหวัดศรีสะเกษ – จังหวัดอุบลราชธานี (2 วัน 1 คืน)

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หัตถกรรม ชาติพันธุ์ในอีสานใต้

เส้นทาง: จังหวัดอุบลราชธานี – วัดมหาวนาราม – ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมท้องเหลืองบ้านปะขาว – ชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลາวะลาย – วัดหนองป่าพง – วัดทุ่งศรีเมือง – วัดหลวง – เดินทางกลับโดยเครื่องบิน

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 5 กิโลเมตร)



5.4.2 เส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ รวมถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มี

ต่ออัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ โดยใช้เครื่องมืองานวิจัยแบบสอบถามพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับป्रอุปถัตติ รายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป และ มีภูมิลำเนาอยู่ที่สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ด้วยตนเองและเดินทางกับเพื่อน รวมถึงครอบครัวหรือญาติมากที่สุดโดยเดินทางในวันจันทร์-ศุกร์ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้เพื่อพักผ่อนและศึกษาหากความรู้มากที่สุด มีระยะเวลาในการพำนักระยะ 14.1 วัน

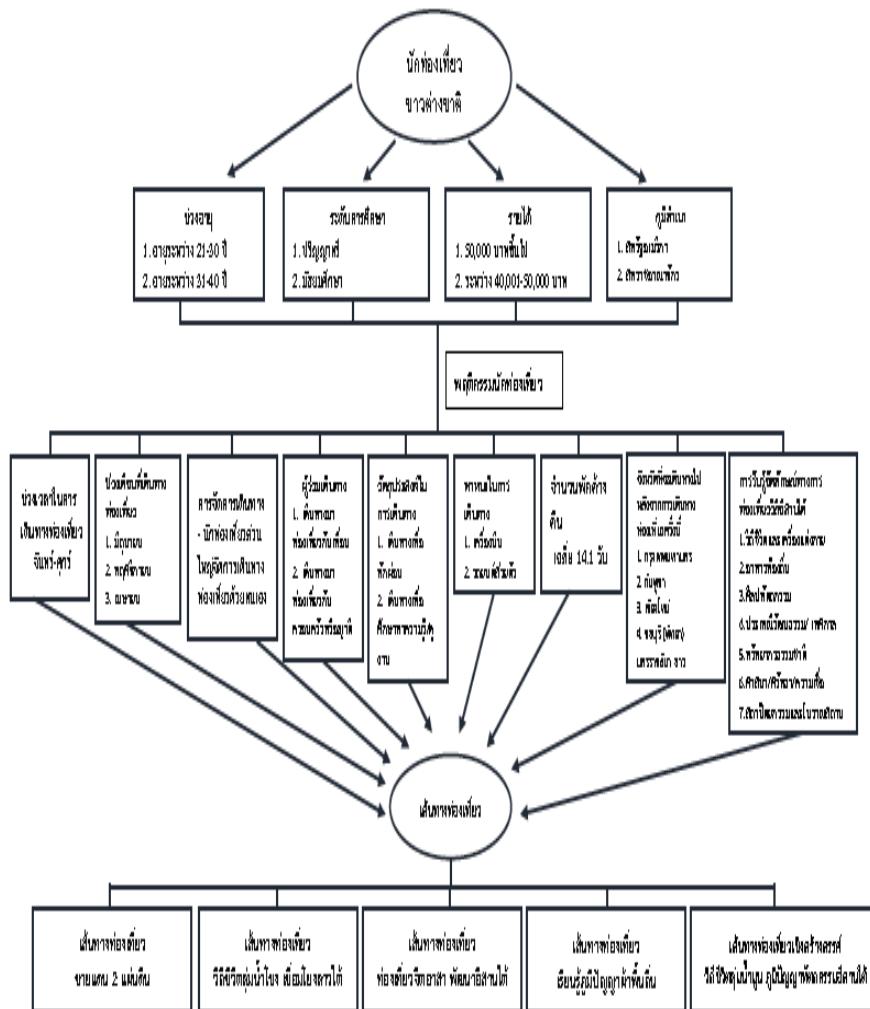
สำหรับการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และภูมิปัญญามากที่สุด ตามมาด้วยอาหารท้องถิ่นและแหล่งศิลปหัตถกรรม รวมถึง ประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล ตามลำดับ

ทั้งนี้หากพิจารณาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานใต้ จะพบว่า ในพื้นที่อีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและเครื่องแต่งกายที่โดดเด่นหลายแห่ง เช่น หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง ชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลัวละทาย ชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์กุย บ้านกู่ โรงเรียนเตรียมนาญช้อยหุ่งกุลาร้องไห้ เมืองเขมราฐ ส่วนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ขนมจีนประโภค อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา หมีโคราช อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กุ้งจอมประโภคชัย อำเภอประโภคชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ขาหมูนุงรอง อำเภอหนองร่อง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็ดย่างคุเมื่อง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ กาละแมศรีรัฐ อำเภอศรีรัฐ จังหวัดสุรินทร์ ไก่ย่างไม้มะดัน อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ แห่นมเนือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หมูยอ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กวยจีบญวน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และปลาหน้าโ诏 อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของแหล่งศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่น ได้แก่ หมู่บ้านท่อผ้าไหมบ้านจะนะ หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ชุมชนท่อผ้าชินตีนแดงบ้านหนองตาไก่ ผ้าภูอัคเน่ บ้านเจริญสุข หมู่บ้านท่อผ้าไหมบ้านท่าส่าวัง ผ้าไหมโขล โบราณ บ้านนาตัง หมู่บ้านทำเครื่องเงินบ้านเขวาสินรินทร์ กลุ่มท่อผ้าไหมบ้านเมืองน้อย กลุ่มหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะขาว รวมถึงประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล

เช่น ประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีตักบาตรบนหลังช้าง จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีขึ้นเขานมรุ้ง ประเพณีแซนโภุนตา งานเทศกาลเที่ยวพิมาย งานมหัศจรรย์งานช้างสุรินทร์ เทศกาลดอกคำดวนบาน ประเพณีสีผ่าไท ศรีสะเกษ เทศกาลเงาะ-ทุเรียน และของดีศรีสะเกษ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชารัฐศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จึงสามารถสรุปความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 4 ด้านล่าง

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว คณะกรรมการจังหวัดอุบลราชธานีได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสาน ได้จำนวน 5 เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย (1) เส้นทางท่องเที่ยว ชายแดน 2 แผ่นดิน (2) เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เชื่อมโยงชาวใต้ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นถิ่น และ (4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูล ภูมิปัญญาหัตถกรรมอีสานใต้ ดังรายละเอียดตามรายการนำเที่ยวเส้นทางที่ 1-4 ด้านล่าง

แผนภาพที่ 4 สรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



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

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวช่ายแคน 2 แผ่นดิน

เส้นทาง: อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง – ปราสาทหินเมืองตា – หมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง – ด่านชายแคนช่องจอม – (จังหวัดเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา) – โคนเลสาบ – ปราสาทนครวัด – นครром – ปราสาทบายน – ปราสาทบันทายศรี – ปราสาทตาพรหม – จุดผ่านแดนการซ่องสะจำ – ผามอีดែង – สวนผลไม้เข้มข้น – แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



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

Theme: เส้นทางใหม่ สายบุญ เทศกาลเข้าพรรษา

เส้นทาง: ตักบาตรบนหลังช้าง - ถวายเทียนพรรษา ณ วัดบูรพาราม – หมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง – เยือนชุมชนคนทำเทียนวัดศรีประดู่ – ชุมชนแห่งเทียนพรรษา – วัดถ้ำคูหาสวรรค์ – วัดสีรินธรวรรภร้าว – บ้านคำปุน – ศูนย์ OTOP อุบลราชธานี – ซื้อของฝากเมืองอุบลฯ

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



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

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้ ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น กลิ่นอายอารยธรรมขอม

เส้นทาง: ท่าอากาศยานบุรีรัมย์ – อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย – ชุมชนด่านเกวียน - กลุ่มผ้าไหมบ้านจะโภ – อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง – สนาม ไอ-โมบาย สเตเดียม – ถนนคนเดินเชากร้าว – บ้านสนวนนอก

แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



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

Theme: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชีวิตลุ่มน้ำมูล ภูมิปัญญาทัตถกรรม อีสานใต้

เส้นทาง: หมู่บ้านช้างบ้านตา – ผ้าไหมมัดหมีโอลิโอลิบราณย์อ้อมสีธรรมชาติ – เครื่องเงิน เขวารินธิ์ – ปราสาทศีขรภูมิ – หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง – ปราสาทเมืองตា – อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง – วนอุทยานเขากะระโง – ถนนคนเดินเชากร้าว แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (1 ต่อ 20 กิโลเมตร)



7. การสรุปผลและการอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้พบว่า อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ด้านงานศิลปหัตถกรรม ด้านศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ ด้านวิถีชีวิตและการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านประเพณีวัฒนธรรมและเทคโนโลยี และด้านภาษาท้องถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้จะท่อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยของทรงคุณ จันทร์ และคณะ (2552) ที่ทำการศึกษาเรื่อง คุณค่า อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลงานวิจัยของ กิตติฤกษ์ ปิตาทะสังข์ และชากรุษ เหลี่ยมໄร์ส (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษา อัตลักษณ์ของสืกุลมชชาติพันธุ์ในอีสานได้ เพื่อออกแบบการ์ตูนสำหรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม โดยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่จะท่อนผ่านทรัพยากร การท่องเที่ยว ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านศิลปหัตถกรรม ด้านภาษาท้องถิ่น ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น และด้านงานประเพณีวัฒนธรรมและเทคโนโลยี โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานได้ข้างต้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นแหล่งท่องเที่ยวในสั้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสาน ได้ทั้ง 7 เส้นทาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการดำเนินงานวิจัยของ บัญชา นาคทอง และคณะ (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรมอีสานได้ โดยผลการวิจัยพบว่า พื้นที่อีสานได้สามารถเชื่อมโยง การท่องเที่ยวในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้านได้โดยใช้พื้นฐานอัตลักษณ์ทาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีร่วมกันเป็น ตัวเชื่อมประสานความร่วมมือระหว่างประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยและสาธารณรัฐ ประชาชนปฏิญาณลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

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

เส้นทางท่องเที่ยวให้สัมพันธ์กับพัฒนาระบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบผสมผสาน โดยผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยของ เกศรา สุกเพชร และวารช์ มัธยม บุรุษ (ม.ป.ป.) เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และผลการศึกษาของงานวิจัยของ สมាពร คล้ายวิเชียร และคณะ (2550) เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ โดยผลการวิจัยพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้สามารถออกแบบและพัฒนา เป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางจาริกและงบุญ ซึ่งปราการภูศาสานสถานที่มีรูปแบบ ทางศิลปกรรมลักษณะเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันระหว่างศาสานสถานในภาคอีสาน ใต้ของประเทศไทยกับศาสานสถานในสาธารณรัฐกัมพูชาประเทศ老挝โดยได้ โดยจาก ความสอดคล้องของผลการดำเนินงานวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เลือกเห็นถึง ความสำคัญของการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว วิถีอีสานใต้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความน่าสนใจของเส้นทางท่องเที่ยวและส่งเสริม อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ให้เพิ่มมากขึ้น และมุ่งเน้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม ในการเรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ จากประสบการณ์ ดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจอัตลักษณ์ที่สำคัญของอีสาน ใต้ผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้ว นักท่องเที่ยว yang สามารถที่จะใช้ประสบการณ์ที่ได้ เรียนรู้ใหม่นั้น มาใช้กับชีวิตหรือการงานของตนภายหลังที่กลับมาจากการท่องเที่ยว แล้วด้วย เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และ สภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับ เจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและโดด เด่นจากเส้นทางการท่องเที่ยวทั้ง 8 เส้นทาง

8. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพของเส้นทางและรูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ที่สอดท่อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว วิถีอีสานใต้

8.1.1 การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว แม้ว่าในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานได้จะมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะตนในแต่ละพื้นที่ แต่ความมีการส่งเสริมอัตลักษณ์เหล่านั้นให้ความชัดเจนมากขึ้น โดยใช้กระบวนการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงชุมชนท้องถิ่นในแหล่งแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่กระบวนการในการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือมีเป้าหมายร่วมกัน การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินนโยบายร่วมกัน รวมถึงการดำเนินนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ต้องรับผิดชอบในการดำเนินนโยบายร่วมกัน รวมถึงการรับผู้ท่องเที่ยวที่ต้องรับผิดชอบในการรักษาอัตลักษณ์ที่ต้องรักษาไว้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเข้ามาร่วมกันในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้

8.1.2 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเน้นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นตามหลักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง คือได้ลั่งมือประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น โดยการถ่ายทอดความรู้จากบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในกิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจในอัตลักษณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมนั้นควรเป็นกิจกรรมซึ่งดำเนินเป็นปกติในชีวิตประจำวันของคนในท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การทำนา หรือการทำเครื่องเงินซึ่งแม้ไม่มีการประสานงานพื้นที่ก่อนล่วงหน้ากันท่องเที่ยวก็สามารถเข้าไปเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะปรากฏเป็นปกติในแหล่งท่องเที่ยว

8.1.3 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังขาดการพัฒนาด้านการคมนาคมโดยเฉพาะป้ายบอกทาง ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในหลายพื้นที่ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาเส้นทาง

คุณภาพ ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนของนักท่องเที่ยว รวมถึงป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวตัวย

8.1.4 การพัฒนาทางการตลาด ควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้กับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อที่มีความทันสมัยทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกความสะดวก

8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว หรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

8.2.2 ควรมีงานวิจัยในการพัฒนาและสืบทอดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดมูลค่าและคุณค่าอย่างยั่งยืน เพื่อหาแนวทางในการรักษาและสืบทอดอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความคงอยู่ อีกทั้งเพื่อหาแนวทางให้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวของพื้นที่อีสานใต้ได้มีส่วนร่วมในการการพัฒนา และสืบทอดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

8.2.3 ควรมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการและทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอก โดยเฉพาะสถาบันทางการศึกษา ในออกแบบหลักสูตรและการจัดอบรม ให้มีความเหมาะสมสมกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

กิตติฤกษ์ ปิตาทสังข์ และ คชากรุษ เหลี่ยมไธสง. (2556). การศึกษาอัตลักษณ์ของสีกุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ เพื่อออกแบบการ์ตูนสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชอนุสิทธิ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เกศรา สุกเพชร และ วารัชต์ มัธยมบุรุษ. (ม.ป.ป.). การพัฒนาสื่อทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตเมืองมาžeและชุมชนรอบจังหวัดลำปาง. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ กลุ่มการวิจัยท่องเที่ยวชั้นปีน. พะเยาวิจัย 1.

ฉลาดชาย ร่มิตานนท์. (2542). แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็น “ไทย”. กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่องการศึกษาประวัติศาสตร์และวรรณกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย.

ทรงคุณ จันทร์ และคณะ. (2552). คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมายุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.

บัญชา นาคทอง และคณะ. (2550). ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ.

สมាពร คล้ายวิเชียร และคณะ. (2550). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ. สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกอ.).

สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. (2558). สถิติการเดินทางเข้าออกชาวต่างชาติ. ระบบออนไลน์. 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.