

การส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว  
โดยชุมชนในพื้นที่ชาติพันธุ์ในกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา  
**Promotion of Local Wisdom in Community-based Tourism Management  
in Ethnic Communities in the Lanna Civilization Cluster**

บุษบา สิทธิการ\*  
*Bussaba Sitikarn\**  
อาทิตยา ปาทาน\*\*  
*Athitaya Pathan\*\**  
นันทชญาณ์ เกตุอุบล\*\*\*  
*Nanchaya Gateubol\*\*\**  
ปิยนุช ปรางจำ\*\*\*\*  
*Piyanuch Prangkhaj\*\*\*\**

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) วิเคราะห์และสังเคราะห์ความต้องการและองค์ความรู้ของภาคีการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) พัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การจัดกิจกรรมอภิปรายกลุ่มย่อย การประชุมอย่างมีส่วนร่วม

---

\*Ph.D. (Tourism Planning), Oxford Brookes University, UNITED KINGDOM; Current position: Director of Excellence Centre for Tourism and Service Innovation Research and Development (TSIRD), School of Management, Mae Fah Luang University, THAILAND

\*\*M.B. (Event Management), Victoria University, AUSTRALIA; Current position: Tourism Management Program Director, School of Management, Mae Fah Luang University, THAILAND

\*\*\*M.B.A. (Logistics and Supply Chain Management), School of Management, Mae Fah Luang University, THAILAND

\*\*\*\*MSc (International Hospitality and Tourism Management), Sheffield Hallam University, UNITED KINGDOM; Current position: Hospitality Industry Management Program Coordinator, School of Management, Mae Fah Luang University, THAILAND

ของชุมชนในกลุ่มประชากรที่เป็นภาคการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชนและชุมชน สุ่มตัวอย่าง ประชากรแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวน 7 เส้นทางที่สามารถเชื่อมโยงได้ทั้งในประเทศและบนเส้นทาง R3A และ R3B ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงมรดก วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีวัฒนธรรม 2) ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชน ได้แก่ การขาดความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการนักท่องเที่ยว การคมนาคม การสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และบุคลากรการท่องเที่ยวขาดความรู้และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยว 3) ความต้องการ และองค์ความรู้ของภาคการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ องค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รูปแบบการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย การจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม การให้บริการและเป็นเจ้าบ้านที่ดี การจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาด 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวผ่านการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่าผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับดีและสามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างผลิตภัณฑ์และกิจกรรม การท่องเที่ยว 5) พัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก ดำเนินการผ่านสื่อทั้งแบบ On line และ Off line ได้แก่ การจัดทำวิดีโอ การทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การจัด เวทีสัมมนาวิชาการและการสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว 5 เชียงในกลุ่มประเทศ อนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง ผ่านเครือข่ายความร่วมมือทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

**คำสำคัญ:** การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ชุมชนชาติพันธุ์, กลุ่มจังหวัดอารยธรรม ล้านนา

### Abstract

This research and development project aims to: 1) develop the travelling routes of community based tourism (CBT) basing on the tourism resources; 2) analyze problems and obstacles of CBT management; 3) analyze tourism stakeholders' demand and knowledge on CBT management; 4) enhance capacity building of human resources in CBT management and; 5) facilitate CBT marketing networks. Qualitative research

approach was applied for data collection including: observations, interviews, focus groups and participatory rural appraisal with tourism stakeholders. Purposive sampling was directed to public sectors, private sectors and local communities. Content analysis and descriptive analysis was employed for data explanation.

The study revealed that; 1) Seven types of tourism routes are identified as tourism linkage on R3A and R3B. These included Ecotourism, Agro-tourism, Heritage tourism, Buddhism tourism, Ethnic tourism, Gastronomy tourism, and Culture based tourism. 2) The main problems and obstacles of CBT management are lacking of; amenity, accessibility, cross cultural communication and understanding and government support in addition to lacking of knowledge and skills on tourism management amongst tourism stakeholders. 3) Tourism stakeholders wish to gain knowledge on sustainable CBT management, types of CBT, interpretation, management of cross cultural visitor, hospitality, tourism logistics and adaptation of information technology for tourism marketing. 4) Tourism stakeholders' capacity building on CBT management and related issues was enhanced by local wisdom application. This activity was conducted via workshop and training. Thus, tourism stakeholders gained better knowledge and related skills in a good level. Thus, they can apply local wisdom in development of tourism products and activities. 5) Marketing networks was operated using On line and Off line channels, including VDO, brochure, seminar and tourism promotion at both informal and formal 5 Chiangs tourism networks in the GMS countries

**Keywords :** Community-based Tourism management, Ethnic communities, Lanna Civilization Cluster

## บทนำ

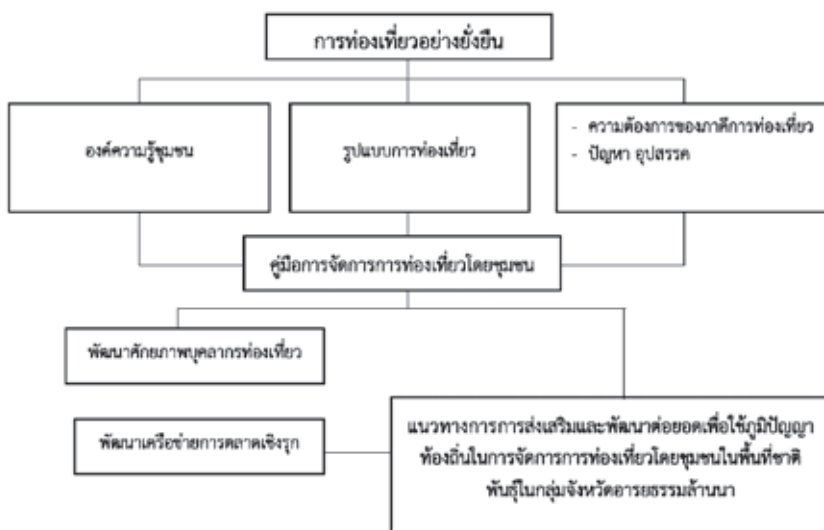
สืบเนื่องจากการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การจัดการระบบการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืนในเส้นทาง R3A และ R3B (Sitikarn, et.al., 2015) พบว่า มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา หลากหลายรูปแบบจำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่และ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังไม่ครอบคลุมถึงชุมชนในพื้นที่ห่างไกลจากตัวเมืองที่ส่วนใหญ่มีประชากรเป็น

ชนชาติพันธุ์จำนวนมากกว่า 17 ชาติพันธุ์ อาทิ ไตลื้อ ไตยวน ไตหย่า ไตยอง ไตใหญ่ ไทจีน ลัวะ ลีซุ บีซู ม้ง ลาหู่ อาข่า อัวเมี่ยน ปกาเกอญอ ขมุ ดาราอั้ง และกลุ่มชาติพันธุ์แม่ฮ่องสอน เป็นต้น ด้วยปัจจัยด้านความแตกต่างทางภูมิสังคมของแต่ละชาติพันธุ์ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่เป็นจุดเด่นและความแตกต่างที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เครือข่ายชาติพันธุ์จังหวัดเชียงรายพบว่า ณ ปัจจุบัน ประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่ชาติพันธุ์ประสบปัญหาความยากจนเนื่องจากการขาดโอกาสในการจ้างงาน การขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานและการรักษาพยาบาล ปัญหาด้านยาเสพติดตลอดจนความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงภายในของประเทศในระยะยาวได้ ดังนั้น การส่งเสริมท่องเที่ยวในพื้นที่ชาติพันธุ์ดังกล่าวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ที่เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวควบคู่การอนุรักษ์และฟื้นฟู วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของตนเองและสนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน โดยกำหนดให้อารยธรรมล้านนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวใน อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ดังนั้น เพื่อนำต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ชาติพันธุ์ในกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนามาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ เชิงสาธารณะ และส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรคอย่างเป็นรูปธรรม จึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชาติพันธุ์ในกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนาให้เป็นรูปธรรมสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนในการดำเนินการให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้บริบทพื้นที่ และสอดคล้องกับความต้องการของภาคีการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่ชาติพันธุ์ในกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา

## วัตถุประสงค์

1. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
3. วิเคราะห์และสังเคราะห์ความต้องการและองค์ความรู้ของภาคีการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
4. พัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
5. พัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก

## กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยว

พิชิต เทพวรรณ (2554) (Thepphawan, 2011) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีองค์ประกอบ 4 ส่วน ได้แก่ 1) การเรียนรู้ คือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นแบบถาวรซึ่งมีผลต่อการปฏิบัติหรือประสบการณ์ 2) การฝึกอบรม คือแผนการและระบบการปรับปรุงพฤติกรรมผ่านการเรียนรู้หรือเป็นโปรแกรมที่บุคคลสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะในแต่ละระดับ ที่เอื้อต่อการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 3) การพัฒนา คือการเจริญเติบโตหรือการตระหนักถึงความสามารถและศักยภาพที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล โดยผลการเรียนรู้และได้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ และ 4) การวิจัย คือการพัฒนาการเรียนรู้ที่มีความนิยมและความเข้าใจสำหรับความต้องการในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะต่างกับความรู้และทักษะที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกิจกรรมในการดำเนินชีวิตเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับพรชัย เจดามาน (2556) (Jedaman, 2013) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย การวิจัย การฝึกอบรม และการพัฒนาเช่นกัน ทั้งนี้ในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมาตราฐานด้านการท่องเที่ยวและหลักสูตรการพัฒนาของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนา

บุคลากรในชุมชนให้มีความพร้อมและได้มาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้โดยมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและหลักสูตรการพัฒนาของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้ 1) การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรภาคบริการ 2) การส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูและบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม 3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน 4) การสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว 5) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและดำเนินการด้านการตลาด 6) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 7) การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว 8) การพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 9) การพัฒนาคุณภาพ และระบบการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและสินค้าท้องถิ่น 10) การพัฒนาความพร้อมและมาตรฐานสถานบริการและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่อง 11) การพัฒนาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค 12) การพัฒนาระบบสารสนเทศพื้นฐาน ระบบโครงข่ายสารสนเทศ e-Commerce และ 13) การพัฒนาและกำกับดูแล ระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย

## 2. แนวคิดการวางแผนและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1) การวางแผนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการกำหนดขอบเขตและแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับขั้นตอนของการวางแผนและมีความต่อเนื่องที่บูรณาการการท่องเที่ยวกับความต้องการของภาคการท่องเที่ยวด้านสังคม เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมของชุมชน การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่พักแรม และบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Sitikarn, 2014)

2) การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงบูรณาการ หมายถึงการผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่และนำมาบริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาหรือทำให้ดีขึ้น โดยผู้บริหารแบบบูรณาการต้องสามารถผสมผสานทรัพยากรภายใต้การบริหารงานของตนได้เป็นอย่างดีทั้งในด้านของทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรที่เป็นทุนเวลาเพื่อนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามความมุ่งหวัง และเกิดการพัฒนานวัตกรรมที่ดีขึ้น ซึ่งคุณลักษณะของผู้บริหารแบบบูรณาการนั้นควรมีทั้งศาสตร์ทางความรู้ ภูมิปัญญา ความชำนาญ และมีศิลป์ทางความสามารถในการประสานความสัมพันธ์ของคนและทรัพยากรในหน่วยงานอย่างเหมาะสมรวมทั้งสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความราบรื่น มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล

### 3. แนวคิดการส่งเสริมและขับเคลื่อนเส้นทางท่องเที่ยวสู่ตลาดอย่างเป็นรูปธรรม

เส้นทางท่องเที่ยว หมายถึง ระบบ โครงข่ายที่เชื่อมส่วนต่างๆ ของเมืองเข้าไว้ด้วยกันเพื่อใช้เป็นเส้นทางสัญจรของสถานที่ท่องเที่ยวประกอบด้วยเส้นทางสายหลักและเส้นทางสายรอง เส้นทางดังกล่าวจัดทำขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นหรือเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย และเพลิดเพลินกับเส้นทางท่องเที่ยวต่างๆ โดยเส้นทางท่องเที่ยวอาจเป็นเส้นทางปกติที่นักท่องเที่ยวใช้ในการชีวิตประจำวันหรืออาจเป็นการกำหนดเส้นทางขึ้นมาใหม่เพื่อการท่องเที่ยว (Suwannaphimol, 2005) ทั้งนี้ หากเส้นทางท่องเที่ยวได้รับการจัดทำขึ้นใหม่ควรพิจารณาประเด็นดังต่อไปนี้ 1) การสำรวจและสังเกตการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การจัดลำดับความสำคัญและความน่าสนใจ และความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และ 2) การจัดเส้นทางในลักษณะวงบรรจบ เพื่อการประหยัดเวลาของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเดินทางย้อนกลับไปเส้นทางท่องเที่ยวเดิม ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ กุลลวรา สุวรรณพิมล (2548) (Suwannaphimol, 2005) อธิบายถึงปัจจัยที่ควรพิจารณาในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวต้องเป็นที่นิยมในขณะนั้น เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐาน 3) มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม เช่น เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น 4) มีระยะทางไกลพอควรและมีทรัพยากรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 5) เส้นทางท่องเที่ยวต้องมีอากาศที่ดี และปลอดภัยตลอดเวลา

4. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการตลาดเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ โดยในการวางกลยุทธ์การตลาดนั้นธุรกิจจำเป็นต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดให้มีความเหมาะสมมากที่สุด (Sereerat, et al., 2000) ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ อีกทั้งเป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจึงได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปจำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) (Pimolsompong, 2005) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ดารณี พลอยจั่น (2559) (Ployjun, 2016) และพงษ์วิษณุ เขียวมนิรัตน์ (2561) (Kaewmaneerat, 2018) มีความเห็นพ้องกันว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต

ภาษา ของชุมชนชาติพันธุ์ เป็นทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ที่สำคัญ ต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เช่น การแต่งกายชุดผู้ไทประยุกต์ให้มีสีสัน ความสวยงามตามยุคสมัยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ด้านราคาราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นอาจมีความแตกต่างกัน เพราะผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการไว้เพื่อตอบสนองความต้องการและดึงดูดผู้บริโภคได้ ดังนั้นจึงไม่อาจกำหนดได้ว่าราคาใดเป็นราคาที่มีความถูกต้องและเหมาะสมมากที่สุดทั้งนี้ควรเป็นราคาที่ยุติผู้บริโภครับรู้ว่าคุณค่ากับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอโดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอสินค้าและบริการ

4) การส่งเสริมการตลาดเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ โดยมีเครื่องมือที่เกี่ยวข้องได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น (Suthiudom, Kulprasoot and Sujirapanya, 2007)

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากรรณกรรมปริทรรศน์งานวิจัยภูมิปัญญาท้องถิ่นของหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ ม้ง ผู้ไท ลาวครั้ง ไทดำ ลาวเวียง และไทยพวน พบว่ามีความแตกต่างกันของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจำแนกเป็น 5 ประเภทดังนี้

1. การแต่งกาย ภาษา ประเพณีและวัฒนธรรม เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เด่นชัด (Ployjum, 2016) มีความพร้อมในการให้บริการและเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าไปศึกษาเรียนรู้ แต่ยังคงขาดการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากภาครัฐ และชุมชนเองขาดความเข้าใจในด้านการจัดการวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ นักวิชาการ ได้เสนอแนะว่าควรให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อป้องกันผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์และ



การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตเพื่อตอบรับการท่องเที่ยวจนมากขึ้นไป (Sompanayathiwong and Wallapachai, 2016)

2. วิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ ภาษาเครื่องแต่งกายชุดผู้ไทสีน้ำเงินแดง อาหาร เรืองราว ประวัติศาสตร์ ฐานการเรียนรู้ 6 ฐานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ลานวัฒนธรรม การฟ้อนรำ และการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ผู้ไท โดยมีรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดตั้งองค์กร การจัดทำยุทธศาสตร์สำนึกทางชาติพันธุ์ การนิยามความเป็นผู้ไท การสร้างและคัดเลือกสัญลักษณ์หมู่บ้าน และการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว (Khaioamaneerat, 2018)

3. การสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม ได้แก่ บุญข้าวจี่ บุญบั้งไฟ สารทลาว และการตักบาตรเทโว ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง และการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อให้สอดคล้องกับท้องถิ่น สังคม และลักษณะภูมิประเทศเช่น การบริโภคข้าวเจ้าเป็นอาหารหลัก รวมทั้งการประยุกต์ใช้เครื่องดนตรีประเภทแคน ให้เข้ากับสังคมสมัยใหม่กลายเป็นวงดนตรีแคนประยุกต์เป็นต้น ทั้งนี้ ชุมชนลาวเวียงมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น คือ การแต่งกายด้วยผ้าทอมือ การพูดภาษาลาวเวียงและมีความภาคภูมิใจในการเป็นชาวลาวเวียง โดยใช้ประวัติศาสตร์การแพ้สงคราม ผลักดันให้ชุมชนลาวเวียงมีความเข้มแข็ง ความพยายามรักษาและฟื้นฟูและสร้างอัตลักษณ์ลาวเวียงขึ้นเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับความเป็นสมัยนิยมได้และสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวชุมชนที่กำลังได้รับความนิยม (Boonyasathit et. al., 2017)

4. ภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นถิ่นตำรับลาวครั้ง ได้แก่ ปลาแร่ ปลาตุ๋น ปลาแร่ แก้ว ไก่แกง เห็ดระโงก และขนมแฉกข้าวโศด เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งใช้อัตลักษณ์ทางอาหารเป็นเครื่องมือเพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บูรณาการการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างกิจกรรมใหม่ๆสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ (Boonprakob et.al., 2517)

5. สัมผัสวิถีชีวิต ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การทำเหล้าอู ชมการแสดงดนตรีพื้นบ้าน การฟ้อนรำ การทำบุญ และตักบาตรข้าวเหนียวซึ่งมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ซึ่งมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของจังหวัด โดยยึดหลักการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คุ้มค่าและอนุรักษ์วัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ และสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ (Jaisabai and Jaisabai, 2016)

จากวรรณกรรมปริทรรศน์ข้างต้น ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยด้าน การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการศึกษาริเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ การพัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

## ระเบียบวิธีการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ กำหนดใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การจัดกิจกรรมอภิปรายกลุ่มย่อย การประชุมอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ในกลุ่มประชากรที่เป็นภาคีการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชนและชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติพรรณนา โดยมีรายละเอียดจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัญหาอุปสรรคและความต้องการของภาคีการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มประชากรได้แก่ชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาแต่ละจังหวัด สำนักงานจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานวัฒนธรรม กรมป่าไม้ สำนักงานสาธารณสุข และเครือข่ายชาติพันธุ์จังหวัดเชียงราย โดยสุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่การสัมภาษณ์การจัดกิจกรรมอภิปรายกลุ่มย่อย ควบคุมการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในแต่ละพื้นที่ศึกษา จำนวน 5 ครั้งและจัดการประชุมอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนทั้ง 5 พื้นที่คือ จังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ จำนวน 2 ครั้งๆ ละ 50 คน ณ ห้องประชุมโรงแรมในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดลำพูน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติพรรณนา

2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน รูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ การจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 2 ครั้งๆ ละ 50 คน ณ ห้องประชุมโรงแรมในจังหวัดเชียงราย

และจังหวัดลำพูน การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ใช้เวลา 3 วัน กลุ่มประชากรได้แก่ ตัวแทนชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ โดย คุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจงครั้งนี้ให้ผู้นำในแต่ละพื้นที่กำหนดส่งตัวแทนชุมชนที่มี บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) จัดทำคู่มือ เพื่อใช้ในการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2) ประสานงานด้าน สถานที่การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติ การ การเดินทางของผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ วิทยากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ 3) สร้างเครื่องมือการประเมินความรู้ ก่อนและหลังการอบรม เชิงปฏิบัติการ 4) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การสถิติพรรณนา ทั้งนี้ในกระบวนการอบรม เชิงปฏิบัติการได้ใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมควบคู่ตลอดระยะเวลาของการดำเนินการ เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์และประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรมและ ถ่ายทอดองค์ความรู้ของวิทยากร

3) พัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก กลุ่มประชากรได้แก่ชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัด เชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาแต่ละจังหวัด สำนักงานจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และเครือข่าย ชาติพันธุ์จังหวัดเชียงราย โดยคุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่การจัดการประชุมอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนทั้ง 5 พื้นที่คือ จังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ จำนวน 2 ครั้งๆ ละ 50 คน ณ ห้องประชุมโรงแรมในจังหวัด เชียงรายและจังหวัดลำพูน โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) การจัดกิจกรรมการเขียนเนื้อหา และ เรื่องราวของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหลักในแต่ละพื้นที่เพื่อใช้เป็นข้อมูลนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย 2) การจัดทำวิดีโอ และการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดเวทีสัมมนาวิชาการ เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว ทั้ง 7 รูปแบบ โดยเชิญ ภาทีกการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนดังกล่าวข้างต้น จำนวน 100 คน และ 4) การสร้างเครือข่าย การตลาดการท่องเที่ยว 5 เชียงในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยประสานความร่วมมือ กับจังหวัดเชียงราย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว 7 เส้นทางเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ อนุภาคลุ่มน้ำโขงอย่างเป็นรูปธรรม

## ผลการวิจัย

1. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนาซึ่งประกอบด้วยจังหวัด เชียงราย พะเยา เชียงใหม่ ลำพูนและลำปางมีศักยภาพและความพร้อมในการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ อาทิ ไทเขิน ไทขวน ไทใหญ่ ไทลื้อ ไทยอง ไทหย่า ม้ง ลีซู เมี่ยน ลัวะ จีนยูนนาน อาข่า ปกาเกอญอ ลานู๋ ดาราอั้ง และขมุ ซึ่งมีวิถีชีวิต ประเพณี ภาษาอาหาร และการประกอบอาชีพ เป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญสามารถนำมาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ ได้จำนวน 7 เส้นทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีวัฒนธรรมซึ่งเส้นทางท่องเที่ยว ทั้ง 7 เส้นทางมีรายละเอียดดังนำเสนอในตารางที่ 1-7

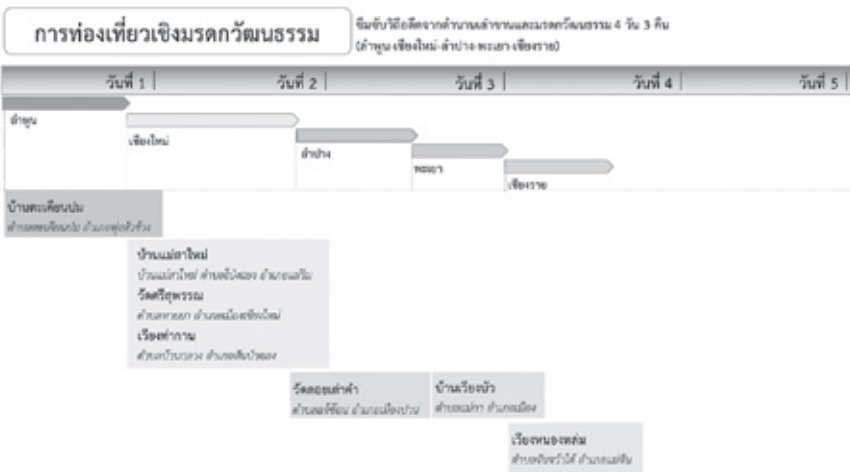
ตารางที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ธรรมชาติสร้างสรรค์ ความงามบนผืนดิน และผืนน้ำ)



## ตารางที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (วิถีเกษตรหลากหลาย) (วิถีเกษตรหลากหลายสีส้ม)



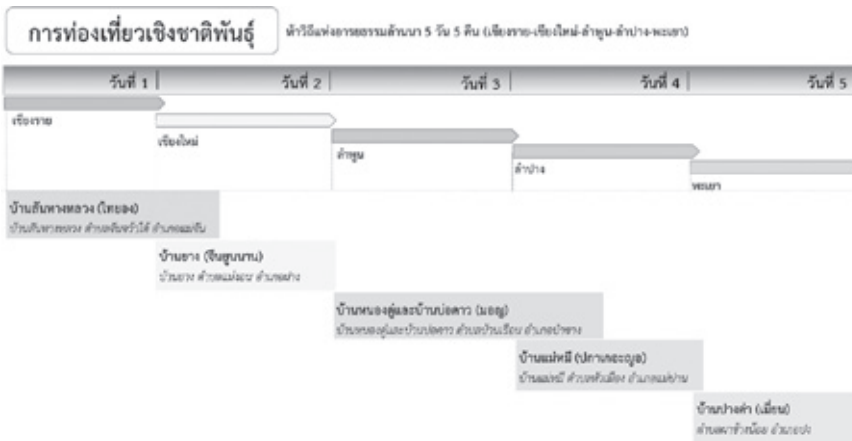
## ตารางที่ 3 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม (ชิมข้าววิถีอดีตจากตำนานเล่าขาน และมรดกวัฒนธรรม)



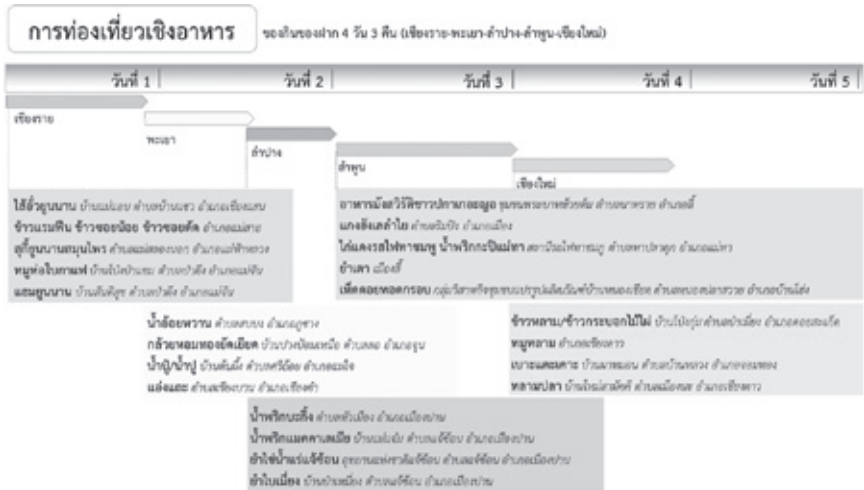
#### ตารางที่ 4 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธ (ความงามแห่งวิถีพุทธ)



#### ตารางที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (ห้าววิถีแห่งอารยธรรมล้านนา)



## ตารางที่ 6 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ของกินของฝาก)



## ตารางที่ 7 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีวัฒนธรรม (สุขภาพบำบัดตามวิถีล้านนา)



## 2. ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการจัดการภายใน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการชุมชน ขาดความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคพื้นฐาน ห้องน้ำ สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น ด้านการคมนาคมขนส่งทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวกสบาย และล่าช้าในการเดินทาง และด้านการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ 2) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการจัดการภายนอก ได้แก่ ปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ภัยธรรมชาติ และมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ดังข้อมูลนำเสนอในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชาติพันธุ์ในกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา

ปัญหาและอุปสรรค	กลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา				
	เชียงราย	พะเยา	เชียงใหม่	ลำพูน	ลำปาง
<b>ปัจจัยภายใน</b>					
1. การบริหารจัดการชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
2. ผู้นำไม่มีศักยภาพเท่าที่ควร	✓	✓		✓	
3. การคมนาคม	✓	✓		✓	✓
4. ขาดความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	✓	✓	✓	✓	✓
5. ขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	✓	✓			✓
6. ขาดการทำการตลาด	✓			✓	
7. คนในชุมชนขาดความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยว			✓	✓	✓
8. ขาดการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ	✓	✓		✓	✓
9. บุคลากรขาดความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ			✓		
<b>ปัจจัยภายนอก</b>					
1. ความไม่สงบทางการเมือง	✓	✓			
2. ภัยพิบัติทางธรรมชาติ	✓	✓			
3. ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ				✓	✓
4. นักท่องเที่ยวขาดความเข้าใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน			✓		
5. ชุมชนไม่สามารถบริหารจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวได้เอง			✓		
6. มลพิษทางสิ่งแวดล้อม เช่น หมอกควัน	✓	✓			

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ หมายถึง มีปัญหาหรืออุปสรรค



### 3. ความต้องการและองค์ความรู้ของภาคีการทองเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำแนกเป็น 7 ประเด็นดังนี้

1) องค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อแก้ปัญหาในการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ และปัญหาการขาดผู้นำที่ไม่มีศักยภาพ รวมทั้งผลกระทบของการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อ สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนชาติพันธุ์

2) องค์ความรู้ด้านการสื่อความหมาย เพื่อนำมาแก้ปัญหาด้านการสื่อสารและภาษาที่นักท่องเที่ยวและชุมชนไม่เข้าใจกัน ทั้งนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาและเรื่องราวที่สามารถสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนซึ่งมีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่

3) องค์ความรู้ด้านการจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม และสร้างการรับรู้และเข้าใจข้ามวัฒนธรรมในกลุ่มชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

4) องค์ความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย รวดเร็วและปลอดภัย

5) องค์ความรู้ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อสารสนเทศ สื่อดิจิทัลในการทำตลาด On line และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแบบ Off line

6) องค์ความรู้ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว และความเหมาะสมกับพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจของภาคีการทองเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ และ

7) องค์ความรู้ด้านหลักการให้บริการและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจของภาคีการทองเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวให้รับรู้ถึงความเอาใจใส่ ความเป็นมิตรและจิตบริการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความ สุข ความพึงพอใจนำไปสู่การท่องเที่ยวซ้ำและการบอกต่อซึ่งเป็นช่องทางทางการตลาดที่สำคัญ

### 4. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผลการวิจัยพบว่าภาคีการทองเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน รูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ การจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว

ดังนั้นการวิจัยนี้จึงดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าวผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) การประเมินความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทั้งก่อนและหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการ และ 2) การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยผลการประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่าผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีองค์ความรู้ในภาพรวม ในระดับปานกลาง ซึ่งภายหลังจากได้รับการอบรมแล้วผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับดี และสามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่อารยธรรมล้านนาในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างสร้างสรรค์ เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การแสดงพื้นบ้าน การฟ้อนรำ และการใช้เครื่องดนตรีพื้นถิ่นของชาติพันธุ์ลื้อ การชงชา-กาแฟวิถีอาข่า การแต่งกายด้วยผ้าทอมือและลายปักผ้าโบราณของชาติพันธุ์อัวเมี่ยน การพูดภาษาของของชาติพันธุ์ยอง การนวดและอบตัวด้วยสมุนไพรวิถีของ อาหารพื้นถิ่น คำรับอาข่า เช่น น้ำพริกมะเขือเทศ หมูห่อใบกาแพทอด ลาบหมูใส่หอมชู ข้าวปลุกทอดโรยงา และกิจกรรมการเรียนรู้การทำสร้อยข้อมือและปักผ้าของชาติพันธุ์อาข่า เป็นต้น ส่วนผลประเมินความพึงพอใจนั้นพบว่าผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านกิจกรรมการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ และรองลงมาคือการ นำเสนอแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ของตนเอง และเครือข่ายเชื่อมโยง

## 5. การพัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก

ผลการวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดผลเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรมนั้น ควรเขียนเรื่องราวเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และดำเนินการผ่านการตลาดเชิงรุก โดยดำเนินการผ่านสื่อทั้งแบบ On line และ Off line ได้แก่ การจัดทำวิดีโอ การทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดเวทีสัมมนาวิชาการและการสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว 5 เชียงในกลุ่มประเทศอนุภาคุ่มแม่น้ำโขง ผ่านเครือข่ายความร่วมมือทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

## อภิปรายผล

การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชาติพันธุ์ นั้นควรตระหนักถึงฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงหรือต่างกันอย่างไร สามารถนำมากำหนดอัตลักษณ์ของแต่ละวิถีถิ่น ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และแตกต่างกัน ทั้งวิถีชีวิต ประเพณี ภาษา อาหาร และการประกอบอาชีพ ซึ่งถือได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทรัพยากรที่สำคัญต่อการวิจัยครั้งนี้ ที่นำมาพัฒนาและบูรณาการเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ได้

จำนวน 7 เส้นทางได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของครณิ พลอยจัน (2559) (Ployjun, 2016) เรื่อง ทู่นทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งกับกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ชาติพันธุ์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภาษา ความเป็นอยู่และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้อย่างใกล้ชิดและสอดคล้องกับ พงษ์วิชัย เขียวมณีรัตน์(2561) (Khiao maneerat, 2018) ซึ่งพบว่าชุมชนบ้านกุประสบความสำเร็จในการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทเป็นเครื่องมือในการจัดการวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น การแต่งกายชุดผู้ไทประยุกต์ให้มีสีสันความสวยงามตามยุคสมัย นอกจากนี้กลยุทธ์การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวของการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมและขับเคลื่อนเส้นทางท่องเที่ยวสู่ตลาดอย่างเป็นรูปธรรมที่ กุลวรา สุวรรณพิมล, (2548)(Suwannaphimol, 2005) กล่าวว่า เส้นทางท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นหรือเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย และเพลิดเพลินกับเส้นทางท่องเที่ยวนั้นๆ โดยพิจารณาจากที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดลำดับความสำคัญและความน่าสนใจ และความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และ การจัดเส้นทางในลักษณะวงบรรจบ เพื่อประหยัดเวลาของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเดินทางย้อนกลับ ไปเส้นทางท่องเที่ยวเดิม ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น ในการขับเคลื่อนเส้นทางทางการท่องเที่ยวให้เกิดผลเชิงพาณิชย์นั้นควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรการท่องเที่ยวให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างยั่งยืนและสามารถจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อ ซึ่งเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญ ทั้งนี้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย การเรียนรู้ การฝึกอบรม การพัฒนา และการวิจัย (พิชิต เทพวรรณ, 2554 และ พรชัย เจดามาน, 2556) (Thepphawan, 2011 and Jedaman, 2013) นอกจากนี้ การพัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพควรดำเนินการผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และใช้ช่องทางในการขายทั้งแบบ On line และ Off line ได้แก่ การจัดทำวิดีโอ และการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเจษฎา สุทธิอุดม, ปวีณา กุลประสูติ และอริรัตน์ สุจิธิปัญญา (2550) (Suthiudom, Kulprasoot and Sujirapanya, 2007) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการรวมทั้งเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ ทั้งนี้ควรเลือกช่องทางการสื่อสาร ตามลักษณะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ผ่านเครื่องมือการสื่อสาร ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายตรง และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอแนวทางและประเด็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถกำหนดรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ เข้าใจวิธีการจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเข้าใจหลักการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปถ่ายทอด หรือประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในชุมชนอื่นที่มีความสนใจจะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตนเองได้ ทั้งนี้มีข้อสังเกตคือการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถแก้ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นจึงควร ศึกษาประเด็นปัญหาดังกล่าวอย่างเจาะลึกมากขึ้นเพื่อเป็นการแก้ไขอย่างตรงประเด็นปัญหาทั้งนี้ควรคำนึงถึงการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่การอนุรักษ์ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาและเรื่องราวที่สามารถสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งมีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้นำเสนอรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชาติพันธุ์จำแนกตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวน 7 เส้นทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีวัฒนธรรม ซึ่งหากจะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ควรมีการวิจัยและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์และสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของภาคการท่องเที่ยวแต่ละภาคส่วนให้สามารถร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมและศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ในการพัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงรุก ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการขับเคลื่อนในระยะแรกเท่านั้น เนื่องจากเงื่อนไขด้านเวลา ดังนั้นควรดำเนินการพัฒนาเครือข่ายตลาดเชิงรุกอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องผ่านความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของภาคการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

## References

- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2014). *A Manual of Cultural Attraction Standard Evaluation*. 2<sup>nd</sup> Edition. Bangkok: The War Veterans Organization of Thailand Under Royal Patronage of His majesty the King(WVO) Office of Printing Mill. (in Thai)
- กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- Suwannaphimol, K. (2005). *Tourist Definition*. Bangkok: Pearson Education Indochina. (in Thai).
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). *ความหมายของนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
- Paungphet, K., KLaHan, S., Panyapong, W., Kathintad, T. (2012). *Management and Participation for Cultural Tourism Development : A Case Study of Thai Phuan Ethnic Group, Ban Mi District, Lop Buri Province*. Rompluek Journal, Kerk University. 30(2). (in Thai).
- กุลชลี พวงเพชร, สาคร กล้าหาญ, วชิร ปัญญาพงศ์ และ ชนรุตพงษ์ กลิ่นเทศ. (2555). *การจัดการและการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี*. วารสารร่วมพถกษัย มหาวิทยาลัยเกริก ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2555.
- Suthiudom, J., Kulprasoot, P., and Sujirapanya, A. (2007). *Consuming Behaviors of Sustainable Nature-Based Tourism among Thai and Foreign Tourists in Ko Chang Area, Ko Chang Sub-District, Trat Province*. Full Paper. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF). (in Thai).
- เจษฎา สุทธิอุดม, ปวีณา กุลประสูติ, และอารีรัตน์ สุจิธิปัญญา. (2550). *พฤติกรรม การบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างประเทศบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด*. รายงาน การวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Pimolsompong, C. (2005). *Planning and Development of Tourism Marketing*. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai).
- นลองค์รี พิมพ์สมพงษ์. (2548). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Sompanyathiwong, C. & Wanlapachai, A. (2016). *The study of preparing for the cultural tourism of ethnic Mong in Ban Toobkho Tambon Kok Sathon, Loei*. Western University Research Journal of Humanities and Social Science. 2(3). (in Thai).

- ชัยศนันท์ สมปัญญาวิวงศ์และ เอื้องไพร วัลลภาชัย. (2559). การศึกษาความพร้อมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งบ้านคูปคือ ตำบลกกสะทอน จังหวัดเลย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม 2559.
- Booparkob ,Y., Wongmanee J., Khetjenkarn S., Sawangdee Y. (2017). *The Role of Local Cuisines in Creative Tourism Process: A Case Study of Lao Khrang Ethnic Group in Chai Nat Province*. Dusit Thani College Journal, 11(Special). (in Thai).
- ญาณภา บุญประกอบ, จักรวาล วงศ์มณี, สิริพร เขตเจนการ และ โยธิน แสงวงดี (2560). อาหารพื้นถิ่นกับกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง จังหวัดชัยนาท. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 11 ฉบับพิเศษ เดือนพฤษภาคม 2560.
- Ployjun, D. (2016). *Cultural Capital of The Hmong Hill Tribe with Strategies to Promote Creative Tourism*. The Journal of Social Communication Innovation. 4(1), 6-17. (in Thai).
- ดารณี พลอยจั่น. (2559). ทูทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งกับกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1, ม.ค. - มิ.ย. 59. หน้า 6-17.
- Sitikarn, B. (2014). *Tourism Planning: From theory to practice*. 1<sup>st</sup> Edition. Chiang Mai: Santipab Pack-Print. (in Thai)
- บุษบา สิทธิการ. (2557). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: สันติภาพ แพ็คพริ้นท์.
- Sitikarn, B. et. al. (2015). *Report on Strategic Management of Sustainable Trans-boundary Tourism in R3A and R3B Route*. Bangkok: Thailand Research Fund. (in Thai)
- บุษบา สิทธิการและคณะ. (2558). รายงานวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การจัดการระบบการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืนในเส้นทาง R3A และ R3B. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- Tunming, P. (2017). *Guideline for the Development of Tai Dam Ethnic Group Tourism, Ban Na Pa Nat, Chiang Khan District, Loei Province*. International conference at Phechaboon Rajabhat University. 4<sup>th</sup> March 10, 539-547. (in Thai).
- ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 มีนาคม 2560. หน้า 539-547.
- Khiaomaneerat, P., Petchkam, S., Vaseenonta, C. and Singyabuth, S. (2018). *Ban Phu: The Phutai Ethnic Identity and Development Administration In the Context of Sustainable Cultural Tourism*. Nakon Phanom University Journal. 6(1), 17-25. (in Thai).

- พงษ์วิชัย เขียวฉัตรรัตน์, สพสันต์ เพชรคำ, ชนินทร์ วัฒนินท์, และ สุกชัย สิงห์ชนะบุญ (2561). *บ้านภู: อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน*. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือน พ.ค.-ส.ค.2561. หน้า 17-25.
- Thepphawan, P. (2011). *Strategic Human Resource Management*. Bangkok: SE-EDUCATION. (in Thai).
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). *การทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Jedaman, P. (2013). *Human Resource Development*. Retrieved September 26, 2016, from <http://www.oknation.net/blog/jedaman/2013/03/29/entry-1>. (in Thai).
- พรชัย เจดามาน. (2556). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2559, จาก <http://www.oknation.net/blog/jedaman/2013/03/29/entry-1>. (in Thai).
- Royal Thai Government Gazette. (2015). *Ministerial Regulation on Tourism Development Clusters on Royal Coast, Active Beach, Andaman, Lanna Culture, South E-San Civilization, B.E.2558 (2015)*. 132(22a), 18-20. (in Thai).
- ราชกิจจานุเบกษา. (2558). *กฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้พ.ศ. 2558*. เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก หน้า 18-20.
- Boonyasatith, W., Peantam, C. and Silpanlang, T. (2017). *The Historical Development of LaoWiang People in U Thong District, Suphanburi Province*. Journal of Nakhonratchasima College. 11(1), 26-38. (in Thai).
- วรรณพร บุญญาสถิตย์, ถิ่นทัส เพียรธรรม และ เทพธิดา ศิลปรอง. (2560). *พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียงอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี*. Journal Of Nakhonratchasima College Vol.11 No.1 January – April 2017. หน้า 26-38.
- Jaisabai, S. & Jaisabai, J. (2016). *The Development of Cultural Tourism Attraction : A Case Study of the Ethnic Group in Nakhon Phanom Province*. The 1<sup>st</sup> International conference, Ratchathani University. July 29, 1176-1189. (in Thai).
- ศดพล ใจสบาย และ จุฑามาศ ใจสบาย (2559). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดนครพนม*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1, 29 กรกฎาคม 2559. หน้า 1176-1189.
- Sereerat, S. et al. (2000). *Principles of Marketing*. Bangkok: Diamond in Business World. (in Thai).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ. ไคมอน อิน บิสสิเนสเวิลด์.