



การศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง The Study of Tourism Business Competitiveness of Mekong Ethnic Groups

พรลภัส สุวรรณรัตน์¹ และศุภฤกษ์ สุขสมาน²
Pornlapas Suwannarat¹ and Suparerk Sooksmarn²

Article History

Receive: February 20, 2024

Revised: July 25, 2024

Accepted: July 31, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสาขาของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีศักยภาพในการแข่งขันและศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ในส่วนของพื้นที่ศึกษาวิจัย ทีมผู้วิจัยเลือกพื้นที่ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ใน 4 จังหวัดที่มีอาณาเขตระหว่างไทยและลาว คือ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร ซึ่งประกอบด้วย 8 ชาติพันธุ์ อันได้แก่ ไทดำ ไทพวน ไทญ้อ ภูไท ไทแสก ไทข่า/บรู ไทส่วย และไทกะเลิง โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในชุมชน และผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 3,035 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือของการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำและภูไทมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในธุรกิจที่พักแรม ในขณะที่กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน ไทส่วย ไทข่า/บรู และไทกะเลิง มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ที่โดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึก ส่วนกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 2) ขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) ปัจจัยการผลิตด้านอุปสงค์ ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน ด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยเอื้ออื่นๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทีมผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการจำแนกตามความเหมาะสมกับกลุ่มศักยภาพและความโดดเด่นที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความสามารถในการแข่งขัน ; ชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ; การท่องเที่ยว ; การพัฒนาการท่องเที่ยว ; การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

¹ รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Associate Professor, Kasetsart Business School, Kasetsart University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Assistant Professor, Kasetsart Business School, Kasetsart University



ABSTRACT

This research aims to determine the target tourism business sectors of the Mekong ethnic groups that have the potential to develop and study the competitiveness of the target tourism business sectors of the Mekong ethnic groups. Four provinces of the Northeast region including Loei, Nong Khai, Nakhon Phanom, and Mukdahan are the areas of the study that have eight Mekong ethnic groups: Phuthai, Tai Dam, Tai Puan, Tai Yo, Phu Thai, Tai Saek, Tai Kha or Bru, Tai So, and Tai Kaleng. This survey research collected data from 3,035 residents in the community and related. A questionnaire was used as a research tool. The statistics used for data analysis include mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results indicate that 1) the Mekong ethnic groups of Phuthai and Tai Dam are most capable of housing or homestay business sector, while the Tai Phuan, Tai So, Tai Yo, Tai Kha or Bru and Tai Kaleng ethnic groups have outstanding competitiveness in the tourism business in the souvenir business sector. As for the Tai Saek ethnic group, food and beverage business is most notable in its potential; 2) the competitiveness of ethnic groups in the Mekong Basin in the tourism business is at a moderate level; 3) the factors of production, demand condition, readiness in business competitiveness and strategies, government policy, and other related factors positively affect the success of the community from tourism business development in Mekong ethnic groups. The researcher has suggested guidelines for developing and enhancing the competitiveness of the Mekong ethnic group tourism business by classifying the appropriate groups according to their different potential and outstanding.

Keywords : Competitiveness ; Mekong Ethnic Group ; Tourism ; Tourism Development ; Ethnic Tourism

บทนำ

อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิประเทศ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกหลายแห่ง ทำให้การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค GMS ได้รับความสนใจและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากเอเชีย ยุโรป และอเมริกาเป็นอย่างมากในปัจจุบันในปี พ.ศ.2535 ได้มีความเห็นชอบความร่วมมือระหว่างประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ซึ่งประกอบด้วย เมียนมาร์ จีน (ยูนนาน) เวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) กัมพูชา และไทย โดยมีการร่วมกันดำเนินโครงการพัฒนา ฟื้นฟูอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมร่วมกัน นอกจากนี้ยังได้มีการสร้าง โครงข่ายคมนาคมระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการลงทุนค้าขาย และการท่องเที่ยว โดยที่การท่องเที่ยวชายแดนมีจุดดึงดูด นักท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอันเกิดมาจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่น ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวนี้ไม่ได้ตกเป็นของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเพียงประเทศเดียว แต่จะได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งในทาง เศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการลงทุนการค้าขาย และทางสังคมที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กัน นอกจากนี้การจัดการท่องเที่ยวยังเป็นการกระตุ้นให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานในพื้นที่นั้น (Oanh & Trinh, 2021) ส่งผลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดแผนสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านไว้ในแผนการตลาด การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (ASEAN Secretariat, 2024)

บริเวณอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ยังมีทรัพยากรวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง เช่น ไทดำ (เลย) พวน (หนองคาย) ญ้อ (นครพนม มุกดาหาร) ภูไท (มุกดาหาร นครพนม) แสก (นครพนม) ข่าหรือบรู (มุกดาหาร นครพนม) โซ่ (นครพนม มุกดาหาร) และ กะเลิง (นครพนม มุกดาหาร) ซึ่งแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านภาษา ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ตลอดจนวัฒนธรรมพื้นบ้านซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างยิ่งและยังคงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนอย่างต่อเนื่อง (Oanh & Trinh, 2021) ประเทศในกลุ่มอาเซียนได้จัดให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทอย่างสำคัญทางยุทธศาสตร์ โดยส่งเสริม การท่องเที่ยวและการตลาดเพื่อสนับสนุนอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันของการท่องเที่ยว (ASEAN as a single

tourism destination) (ASEAN Secretariat, 2024) สอดคล้องกับความร่วมมือของกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาและเชื่อมโยงอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงให้เป็นศูนย์กลางการลงทุนและเกิดประโยชน์ทางอ้อมคือการท่องเที่ยวชายแดน

สำหรับประเทศไทยรายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2562 มีสัดส่วนถึง ร้อยละ 16 ของ GDP ขณะที่ในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวถึงร้อยละ 80 หรือมีจำนวนแค่ 8.1 ล้านคน ซึ่งลดลงจากปี 2562 ที่มีจำนวนถึง 39.8 ล้านคน และในปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 427,869 คน หดตัวร้อยละ 93.61 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 ในปี 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 11,153,026 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของปี 2562 และสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 589,833 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของปี 2562 ในปี 2566 พบว่า ภาคการท่องเที่ยวไทยฟื้นตัว อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 28.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยวไทยกว่า 249 ล้านคน และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวม 2.17 ล้านล้านบาท (Bangkok Post, 2024) แต่ทว่าขณะที่ภาคการท่องเที่ยวไทย กำลังฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องหลังจากสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ความสามารถในการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวไทยได้ลดลงเป็นอย่างมาก จากการจัดอันดับของ World Economic Forum (WEF) พบว่า อันดับทางการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวไทยลดลง จากอันดับที่ 36 ในปี 2566 เป็นอันดับที่ 47 ในปี 2567 และในอาเซียน มี 3 ประเทศที่มีการจัดอันดับดีกว่าประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 ประเทศอินโดนีเซียอยู่อันดับที่ 22 และประเทศมาเลเซีย อยู่อันดับที่ 35 (Bangkok Post, 2024) จากในสถานการณ์ในปัจจุบันดังกล่าวนี้ การหาแนวทางและการศึกษาตลอดจนการวิจัยเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวไทย จึงต้องเร่งดำเนินการในทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นมูลเหตุหลักของการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้แบบจำลองเพชร เป็นตัวแบบในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยด้านความต้องการหรืออุปสงค์ ปัจจัยด้านธุรกิจที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยด้าน กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ปัจจัยด้านรัฐบาล และปัจจัยด้านโอกาส (Porter, 1980) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้นอกจากจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันแล้วยังส่งผลต่อการพัฒนาและความสำเร็จของชุมชนอีกด้วย (Fernando, 2021)

นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2559-2568 ซึ่งเกิดขึ้นจากความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างองค์กรด้านการท่องเที่ยวของสมาชิกอาเซียนกับโครงการ ASEAN Competitiveness Enhancement (The ACE Project) ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์กร เพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID) ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียนได้ลำดับความสำคัญที่แต่ละประเทศในอาเซียนมีต่อทรัพยากรและประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างๆ จากการลำดับความสำคัญของประเทศไทยพบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นและชนกลุ่มน้อยเป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ของประเทศไทย (ASEAN Secretariat, 2024)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อกำหนดสาขาของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีศักยภาพในการแข่งขัน
2. เพื่อศึกษาระดับของขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่มีต่อความสำเร็จของชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือการท่องเที่ยวเพื่อการสังเกต การแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตประจำวันของชนต่างสังคม ต่างเผ่าพันธุ์ รวมทั้งการเดินทางไปเยี่ยมเยือนบ้านเกิดเมืองนอน โดยการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่บูรณาการทั้งการท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Smith, 1989) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์นี้ เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับคนที่มีความแตกต่างและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตัวนักท่องเที่ยว ไม่ใช่การสัมผัสสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม อันเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์



สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ (1) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์อย่างเต็มรูปแบบ โดยนักท่องเที่ยวไปพำนังกาอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นเวลานาน และใช้ชีวิตเหมือนคนพื้นถิ่นนั้น และ (2) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์แบบมีการจัดการโดยนักท่องเที่ยวไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ ในเวลาสั้นๆ โดยพยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมชนชาติพันธุ์นั้นๆ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ และกลายเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวในหลายๆ ประเทศ (Chumpa & Kaewpia, 2020).

กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลุ่มน้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีความหลากหลาย ส่งผลให้เกิดเป็นนิเวศวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของกลุ่มคนทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด นอกจากนี้ลุ่มน้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังเป็นศูนย์รวมของกลุ่มชาติพันธุ์ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้น โดยมีกลุ่มชาติพันธุ์มากกว่า 20 กลุ่มชาติพันธุ์ (Sunthornpasat, 2005) โดยประชากรส่วนใหญ่ประมาณค่าเฉลี่ย 73 เป็นกลุ่มที่ใช้ภาษาไทยอีสาน/ไทยลาว ซึ่งเป็นตระกูลไท (Thai Language Family) กระจายตัวอยู่ทางตอนเหนือและตอนกลางของภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลุ่มน้ำสาขาของแม่น้ำโขง เช่น ลุ่มน้ำสงคราม และบางส่วนของลุ่มน้ำชี โดยบริเวณดังกล่าวมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษาตระกูลไทย อาทิ ภูไท ไทญ้อ ไทกะเลิง โย้ย ไทพวน ไทแสก และที่ใช้ภาษาตระกูลออสโตรเอเชียติก (Austro-Asiatic Language Family) เช่น ชี บรู ส่วนทางตอนใต้ของภาคในเขตกลุ่มแม่น้ำชี-มูล ชาติพันธุ์ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษากลุ่มมอญ-เขมร (Vallibhotama, 2003) ลุ่มน้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งอาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เมื่อพิจารณาจากหลักฐานทางโบราณคดี อาจกล่าวได้ว่าบริเวณดังกล่าวมีผู้คนเข้ามาอาศัยตั้งหลักแหล่งทำมาหากินนับตั้งแต่ยุคบ้านเชียงเป็นต้นมา มีการปรับตัวของคนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ให้เข้ากับสภาพทางนิเวศวิทยาและสภาพแวดล้อม ก่อให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีการสั่งสมและสืบสานเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดทั้งในด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม ตำนาน ฯลฯ ซึ่งกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ จนกลายมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ศึกษาครอบคลุมลุ่มน้ำโขง 4 จังหวัด ได้แก่ เลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร ซึ่งความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ศึกษา สามารถจำแนกออกได้ 8 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน กลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ กลุ่มชาติพันธุ์ ภูไท กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก กลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า/บรู กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ และ กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง

แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

แบบจำลองเพชร คือ ตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) หรือความสามารถในการแข่งขันขององค์กรหรือชุมชน หรือประเทศ เสนอโดย Porter (1980) โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ขององค์กรหรือของชุมชน อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรหรือชุมชนนั้นๆ โดยรวมในท้ายที่สุดว่าสถานการณ์เหล่านั้นมีลักษณะที่จะเป็นการเอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจหรือเครือข่ายขององค์กรหรือชุมชนนั้นๆ หรือไม่อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้ง 4 ด้านนั้นด้วยกันซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยเหล่านี้

1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor of Production) ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition) หมายถึง ความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศ (Porter, 1980)

3. ธุรกิจที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) ธุรกิจการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันธุรกิจนั้นจะต้องมีธุรกิจที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของธุรกิจนั้น เนื่องจากธุรกิจสนับสนุนนี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ Porter (1980) กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใด

ที่มีธุรกิจสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของธุรกิจนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 2 ประการที่สำคัญ ได้แก่

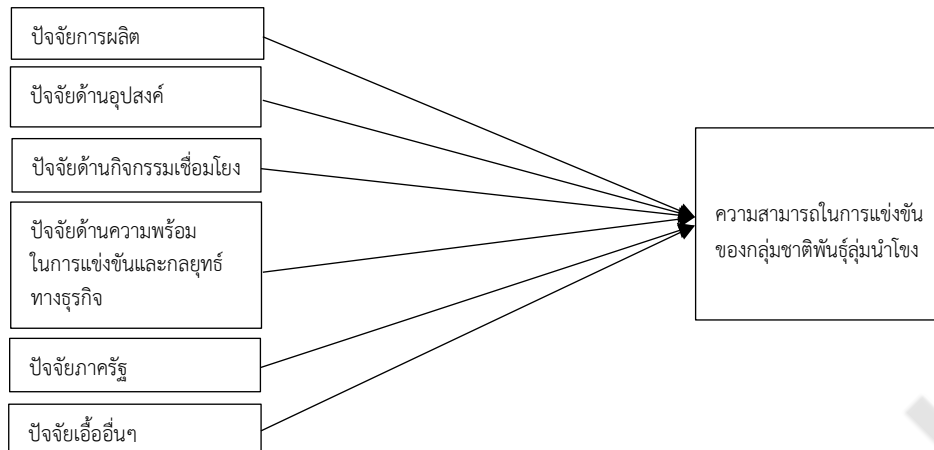
4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry) การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในธุรกิจนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในธุรกิจชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในธุรกิจมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ (1) รัฐบาล (Government) รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด ธุรกิจสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ ยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทจะได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น (2) โอกาส (Chance) การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงครามตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น จนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond Model โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond Model ที่แตกต่างกัน (Luo, 2019)

การพัฒนาเพื่อความสำเร็จของชุมชน

การพัฒนาเพื่อความสำเร็จของชุมชนคือ การเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนโดยการดำเนินการและการริเริ่มจากประชาชนเอง (Wiratnipawan, 2008) แต่ว่าการสร้างความสำเร็จของชุมชนต้องอาศัยความสามารถของรัฐบาลที่เป็นผู้แทนเข้าไปบริหารในด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนกระตุ้นและเร่งรัดให้ประชาชนมองเห็นปัญหาของตนเอง และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของชุมชน คือ การบริหารจัดการเครือข่ายการเรียนรู้ที่ประสบผลสำเร็จที่ได้วิเคราะห์ถึงปัญหาชุมชน ตลอดจนการมีผู้นำที่มีความสามารถในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ การจัดกิจกรรม และความสามารถในการเชื่อมโยงประสานงาน โดยเน้นกระบวนการพึ่งตนเอง Vetchachai & Yodkamolsat (2004) จำแนกวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาเพื่อความสำเร็จขององค์กรไว้คือ (1) เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (2) เพื่อเปลี่ยนแปลงแก้ไขปรับปรุงชีวิตจิตใจ และความรู้สึกของประชาชน ให้มีความรู้สึกที่จะยกมาตรฐานความเป็นอยู่ของตน (3) เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีความกระตือรือร้นสนใจในการทำงานในชุมชนและพยายามช่วยตนเองให้มากที่สุด

กรอบแนวความคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กลุ่มชาติพันธุ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบจำลองเพชร (Diamond Model) การประยุกต์ใช้แบบจำลองเพชรกับการวิจัยการท่องเที่ยว และการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศในหลายๆ พื้นที่ที่มีความหลากหลายทางกลุ่มชาติพันธุ์และวัฒนธรรม และในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ก็เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาไปได้ในหลายมิติ ทางที่ผู้วิจัยจึงได้นำกรอบแบบจำลองเพชรมาประยุกต์ใช้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพ ในการแข่งขันของสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงและนำเสนอข้อเสนอแนะ นโยบาย มาตรการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายดังกล่าว ที่ผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยง ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัจจัยภาครัฐ ปัจจัยเอื้ออื่นๆ และตัวแปรตามคือ ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน ด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัจจัยภาครัฐและปัจจัยเอื้ออื่นๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงของจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร (Department of Provincial Administration, 2019) จำนวน 22,495 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 8 ชาติพันธุ์ของจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร หาคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Krejcie & Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง $\pm 5\%$ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ใน 8 ชาติพันธุ์ของจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร จากการลงเก็บข้อมูลจึงได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 3,035 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์โดยตรง (In-Person Interview) จากทีมนักวิจัยจำนวน 20 คน เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และตรวจสอบผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน ด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัจจัยภาครัฐ และปัจจัยเอื้ออื่นๆ ที่มีต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง

การวิจัยนี้ ได้ดำเนินการตรวจสอบความลำเอียงในการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square – Test: χ^2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัย ประกอบด้วยด้านเพศ อายุและ การศึกษา และชาติพันธุ์ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับสามารถเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ได้ โดยแบบสอบถามได้นำมาตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินเนื้อหาความถูกต้องของข้อคำถาม พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และวิเคราะห์หาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.69 - 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 และทดสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.89 - 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์ในการวัด (Hair et al., 2010) ในการวิจัยในครั้งนี้ การออกแบบ และพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลวิจัย โดยทีมผู้วิจัยได้ประยุกต์และปรับใช้มาจากทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้มาตรา

ส่วนแบบ 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้ ระดับ 1 คือ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด และไล่เรียงขึ้นไปจนระดับ 5 คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย และ ค่าเฉลี่ย 1.0 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ตัวอย่างของคำถามในแบบสอบถาม โดยใช้กรอบแนวคิดของ Porter (1980) อาทิ ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต “ท่านคิดว่าชุมชนของท่านมีความสามารถในการประเด็นต่อไปนี้ในระดับใด 1) ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาชาติพันธุ์ 2) ความสามารถในการแสดงหรือสาธิตเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ 3) ความสามารถในการคงไว้ซึ่งชาติพันธุ์ดั้งเดิม” เป็นต้น นอกจากนี้ยังให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนของความสามารถในการแข่งขันของแต่ละธุรกิจของการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์ โดยใช้มาตราส่วนแบบ 5 ระดับเช่นเดียวกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จากการทบทวนวรรณกรรม และการประสานกับกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของแต่ละจังหวัดในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่โดดเด่น ทีมผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลใน 8 ชุมชนชาติพันธุ์ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร กล่าวคือ ชุมชนชาติพันธุ์ภูไท เก็บข้อมูลที่ จ.มุกดาหาร อ.หนองสูง ต.บ้านเป้า หมู่ 2 และ ต. บ้านภู หมู่ 2 ชุมชนชาติพันธุ์ไทโส้ เก็บข้อมูลที่ จ.นครพนม อ.โพนสวรรค์ ต.โพนจาน หมู่ 2, 3, 10, และ หมู่ 11 ชุมชนชาติพันธุ์ไทญ้อ เก็บข้อมูลที่ จ.นครพนม อ.ท่าอุเทน ต.โนนตาล หมู่ 1-9 และ หมู่ 11-14 ชุมชนชาติพันธุ์ไทข่า/บูร เก็บข้อมูลที่จ.นครพนม อ.ธาตุพนม ต.อัมเมหา หมู่ 2 ชุมชนชาติพันธุ์ไทแสก เก็บข้อมูลที่ จ.นครพนม อ.เมือง ต.อาจสามารถ หมู่ 5 และ หมู่ 6 ชุมชนชาติพันธุ์พันธุ์ไทกะเลิง เก็บข้อมูลที่ จ.นครพนม อ.นาแก ต.หนองสังข์ หมู่ 1, 2, 7, 8 และ หมู่ 10 ชุมชนชาติพันธุ์ ไทพวน เก็บข้อมูลที่ จ.หนองคาย อ.ศรีเชียงใหม่ ต.บ้านหม้อ หมู่ 1, 2, 7 และ หมู่ 8 และชุมชนชาติพันธุ์ไทดำเก็บข้อมูลที่ จ.เลย อ.เชียงคาน ต.เขาแก้ว หมู่ 4 และหมู่ 12

2. ทำความเข้าใจกับผู้ช่วยนักวิจัยเกี่ยวกับวิธีการแจกแบบสอบถาม การตรวจครบถ้วนของข้อมูล และการอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจวิธีการกรอกแบบสอบถาม

3. รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับแล้วและตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบในแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การบรรยายข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผ่านโปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาเพื่อกำหนดประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.77) มีอายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 27.28) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 67.41) รองลงมา โสด (ร้อยละ 23.46) มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา (ร้อยละ 47.18) รองลงมา มัธยมศึกษา (ร้อยละ 40.36) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 86.36) รองลงมา 15,000 - 25,000 บาท (ร้อยละ 10.28) และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ภูไท (ร้อยละ 16.24) รองลงมาไทดำ (ร้อยละ 14.23)

จากตารางที่ 1 และภาพที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันแต่ละธุรกิจของการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง โดยผลการศึกษาพบว่าชาติพันธุ์ไทดำ มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม รองลงมาธุรกิจสินค้าที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว ชาติพันธุ์ไทพวน มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก รองลงมาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจคมนาคมขนส่ง ชาติพันธุ์ไทญ้อ มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก รองลงมาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยว ชาติพันธุ์ภูไท มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม รองลงมาธุรกิจสินค้าที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว ชาติพันธุ์ไทแสก

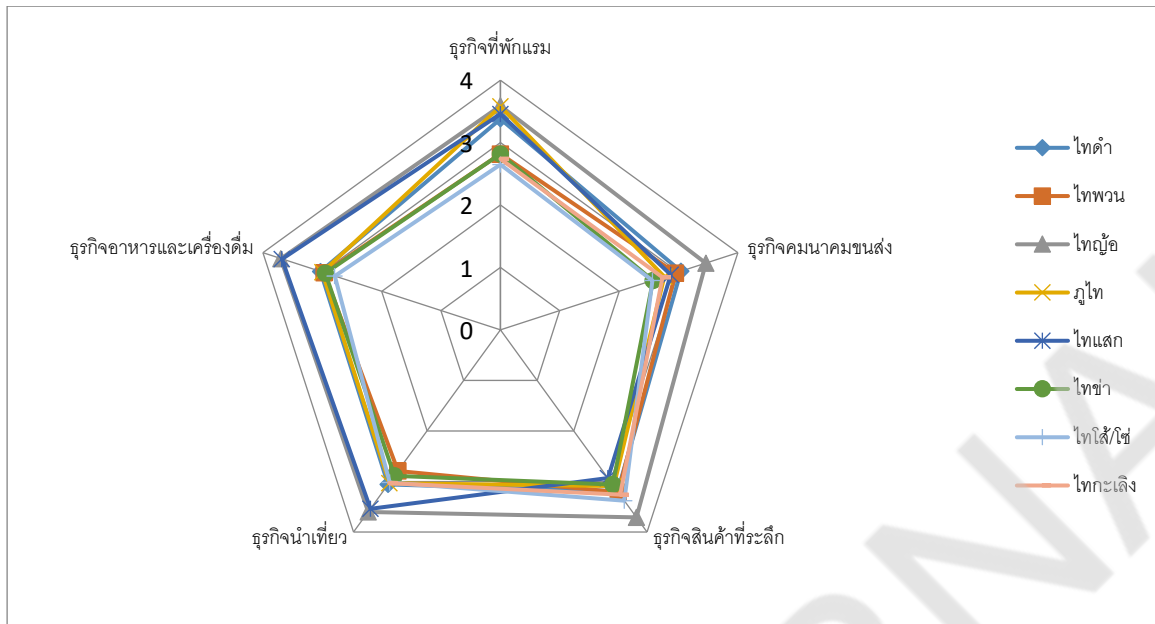


มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจที่พักแรม ชาติพันธุ์โทซ่า/บรู มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก รองลงมาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยว ชาติพันธุ์โทโส มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก รองลงมาธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และชาติพันธุ์โทกะเลิง มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก รองลงมาธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของแต่ละธุรกิจของการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ชาติพันธุ์	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจคมนาคมขนส่ง	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
ไทดำ	3.38	3.04	3.19	3.06	3.03
ไทพวน	2.82	2.95	3.21	2.79	2.97
ไทญ้อ	3.59	3.46	3.71	3.60	3.70
ภูไท	3.58	2.76	3.09	3.03	3.00
ไทแสก	3.46	2.87	2.93	3.54	3.68
โทซ่า/บรู	2.82	2.57	3.06	2.89	2.95
โทโส	2.65	2.56	3.38	3.02	2.79
โทกะเลิง	2.74	2.73	3.26	3.03	2.98

จากการวิจัยพบว่าชุมชนชาติพันธุ์ไทดำและชุมชนชาติพันธุ์ภูไทมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ที่โดดเด่นคือ ธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจสินค้าที่ระลึก สอดคล้องกับการศึกษาขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (DASTA, 2021) ซึ่งอธิบายว่าโฮมสเตย์ของชาวไทดำหรือลาวโซ่งเป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากโดยบ้านจะแสดงอัตลักษณ์สำคัญเป็นเรือนกระดองเต่า ซึ่งเป็นบ้านไม้ทรงไทดำที่ได้รับการเล่าขานว่าเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชน หลังคาบ้านมีลักษณะโค้งเป็นกระโจม ขณะที่ยอดจั่วบนหลังคาบ้านมีการประดับด้วยไม้แกะสลักเป็นกิ่งคล้ายเขาควาย หรือเขากวางไขว้กัน เรียกว่า “ขอกุด” ภายในมักนำเสนอเรื่องราวของการดำเนินชีวิตตามประเพณี เช่น ครั้วไฟ ห้องผีหรือ “กะลือห้อง” ส่วนใต้ถุนบ้านจะสูงโล่งกว้าง ใช้เก็บสิ่งของและยังพบว่าชุมชน ไทดำที่บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ยังคงวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไว้เช่นเดิมอพท. จึงนำเกณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT Thailand เข้าไปอบรมและพัฒนาชุมชนให้ได้เรียนรู้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาให้ชุมชนมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน (DASTA, 2021) นอกจากนี้ชุมชนไทดำยังมีการรวมกลุ่มของชาวบ้านในการทำงานด้านหัตถกรรม ทอผ้าด้วยวิธีแบบเดิม และดัดแปลงตัดผ้าเป็นผ้าคลุม ผ้าถุง เสื้อ รวมทั้งเสื้อผ้าของชาวไทดำ เป็นสินค้าได้จากการแปรรูปจากผ้าทอ ไว้สำหรับขายให้นักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีงานมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากอาชีพหลัก คือ ทำไร่ ทำนา ส่วนอาชีพรองลงมา คือ จักสาน เลี้ยงไหม และทอผ้า



ภาพที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันแต่ละธุรกิจของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จำแนกตามชาติพันธุ์

ซึ่งเสื้อผ้า ข้าวของเครื่องใช้ ล้วนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเลือกซื้อเลือกใช้ อพท. จึงร่วมมือกับชุมชน ด้วยการพัฒนาเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวที่แวะเวียนมายังชุมชนแห่งนี้ได้ทดลองทำตุ้มนก (กรง) ตุ้มหนู (กรง) ทำโคมไฟไทดำ อีกทั้งยังทดลองสวมใส่ชุดไทดำ และเข้าไปร่วมทำกิจกรรมกับชาวไทดำได้ด้วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้ยังได้พบว่าชุมชนชาติพันธุ์ไทพวน ชุมชนชาติพันธุ์ไทโซ่/โซ่ ชุมชนชาติพันธุ์ไทญ้อและชุมชนชาติพันธุ์ไทข่า ชุมชนชาติพันธุ์ไทกะเลิง มีความโดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับการศึกษาของ Yaowanannon et al. (2019) ที่ได้ศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มไทพวน ผ่านการออกแบบสัญลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมไทพวนซึ่งพบว่าสัญลักษณ์ถูกออกแบบโดยใช้เรื่องราวของศิลปะท้องถิ่นอาทิลวดลายของภาษาชน ภาษาชนดินเผา ประเภทหม้อไห เอกลักษณ์ของศิลปะท้องถิ่นที่ปรากฏ ณ อ.บ้านเชียง จ.อุดรธานี เครื่องปั้นดินเผาเขียนลายเขียนด้วยสีแดงประกอบด้วยลายเส้นโค้งเป็นหลัก มีความสลับซับซ้อนของลายเส้นแต่แฝง ซึ่งแบบแผนต่อเนื่องเป็นระเบียบ แต่ละลายจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป เช่น ลายกันหอย ลายรูปสัตว์ และลายตามจินตนาการต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และนอกจากนี้การออกแบบสัญลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมไทพวน ยังผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหาร ได้แก่ ครก และเครื่องปรุง เนื่องจากกลุ่มวัฒนธรรมไทพวนเป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่สืบเชื้อสายมาจากชาติพันธุ์ไทพวน อาหารประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นอาหารอย่างหนึ่งของกลุ่มวัฒนธรรมดังกล่าว ซึ่งอาหารตามแบบฉบับของไทพวน อาทิ แกงหน่อไม้ แกงขี้เหล็ก แกงจานขาว(หน่อไม้คอง) เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Ministry of Tourism and Sports (2023) เรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์ไทโส้/โซ่ พบว่าผ้าชิ้นของชาวโซ่มีเอกลักษณ์เฉพาะและเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ผ้าที่ใช้เป็นผ้าฝ้ายทอมือสีขาว แต่ถ้าหากชาวบ้านต้องการย้อมสีจะใช้วัสดุธรรมชาติในการย้อม เช่น สีดำใช้หมากกระจาย สีลัวใช้ไม้หมอน โดยนำเปลือกมาต้มและมีการคิดค้นลายผ้าที่มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ที่หลากหลาย เช่น ลายตัด หมี่พุง หมี่เครือ เป็นต้น ขณะที่ DASTA (2019) ยังพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อมีอย่างสูงในธุรกิจสินค้าที่ระลึก ซึ่ง DASTA ได้ศึกษาการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชนวัฒนธรรมไทญ้อบ้านโพน อ.ท่าอุเทน จ.นครพนม พบว่าส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าที่ระลึก อาทิ ชม “ฮางฮุดใหญ่” ประติมากรรมแกะสลักไม้รูปพญานาค ชมสาธิตการทอเสื่อกกและทดลองทอเสื่อกก เยี่ยมชมกลุ่มผ้าทอย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้มงคล เรียนรู้งานจักสานไม้ไผ่และชมผลิตภัณฑ์จากชุมชน และยังเกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อาทิ ให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีการอยู่กินแบบโบราณที่ “เฮือนไทญ้อ” หรือ เข้าครัวทำเมนู “หมกเงาะ” ทานสำหรับเพียงแบบชาวไทญ้อ ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ ในขณะที่กลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า/บรู ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดมุกดาหารและนครพนมซึ่งมีถิ่นกำเนิด



ดั้งเดิมอยู่ในแขวงสุวรรณเขต แขวงสาละวันและแขวงอัตปือของลาวและอพยพมาอยู่ในประเทศไทยสมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่ง Ministry of Tourism and Sports (2024) ได้อธิบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยอาศัยความโดดเด่นในสินค้าที่ระลึกเป็นฐานการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้สัมผัสวัฒนธรรมไทข่า อาทิ ฐานปลูกม่อนเลี้ยงไหม ฐานกะมูนมัดหมี่ ฐานจักสานไม้ไผ่ เป็นต้น นอกจากนี้จากข้อมูลของ Ministry of Tourism and Sports (2024) ที่อธิบายว่า ชุมชนชาติพันธุ์ไทกะเลิง ณ บ้านหนองสังข์ ต.หนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม บรรพบุรุษมาจากเมืองเวียงอ่างคำ แขวงสะหวันนะเขต จากเดิม 8 ครอบครัว จนถึงปัจจุบันเกือบพันหลังคาเรือน ประชากรเกือบสี่พันคน มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่นส่วนใหญ่ทำอาชีพ ทำนา เพาะปลูก และเลี้ยงสัตว์ และยังมีกลุ่มทอผ้าที่เข้มแข็ง เช่น ผ้าคราม ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าลายขิด ผ้าสีนํ้าหมี่ ผ้าย้อมสีสมุนไพรและไม้มงคล และ กลุ่มจักสานจากไม้ไผ่ ซึ่งเป็นสินค้าที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

จากการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่าชุมชนชาติพันธุ์ไทกะเลิงมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่โดดเด่นสอดคล้องกับข้อมูลของ Ministry of Tourism and Sports (2021) ซึ่งศึกษาชุมชนไทแสกในจังหวัดนครพนม พบว่าเป็นชุมชนไทแสกที่มีความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรมในการรักษาเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ การประกอบอาชีพหลักคือเกษตรกรรมและการเลี้ยงปลาในกระชังในแม่น้ำโขง และมีเมนูอาหารเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเพื่อสัมผัสวิถีชุมชนลุ่มน้ำโขง อาทิเช่น ปลาจุ่มสมุนไพร ปลาเพาะห่อจากกล้วย เอาะพื้นท้องปลา เหมียงแรกรก ลาบปลา แจ่วปลาหมก ปลาต้ม ปลาข้าว ปลาแห้ง ปลาจ่อมส้มไข่ ปลาเก๋ย เป็นต้น

2. ผลการศึกษาระดับของขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยแต่ละด้านของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ปัจจัยการผลิต (Factor of Production)	3.45	0.66	ปานกลาง
2. ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Condition)	3.33	0.83	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)	3.43	0.85	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)	3.46	0.73	ปานกลาง
5. ปัจจัยภาครัฐ (Government)	3.22	0.88	ปานกลาง
6. ปัจจัยเอื้ออื่นๆ (Other Conditions)	3.42	0.78	ปานกลาง
โดยรวม	3.38	0.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวของแต่ละปัจจัยของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ปัจจัยการผลิต (Factor of Production) และปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) ปัจจัยเอื้ออื่นๆ (Other Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Condition) และ ปัจจัยภาครัฐ (Government) ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Chumpa & Kaewpia (2020) ที่ศึกษาศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของ ต.แม่สลองนอก อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย โดยศึกษาจากการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนจากผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ตัวแทนองค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ในศักยภาพ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริการโครงสร้างพื้นฐานและการบริการทางการท่องเที่ยว ด้านการตลาด การท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานทุนชุมชนชาติพันธุ์ของ ต.แม่สลอง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ยังไม่ถึงระดับมากหรือมากที่สุด โดยให้เหตุผลว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชนและของประเทศไทยยังมีช่องว่างในการพัฒนาอีกมากจากหลายปัจจัย ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน อาทิ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน ความรู้ด้านบริหารจัดการและการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้จากการศึกษาของ Punwun (2021) ที่ได้ศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างยั่งยืน ได้อธิบายถึงความท้าทายหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์คือการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความเดิมแท้ของชุมชนท่ามกลางกระแสการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม Punwun (2021) ได้เสนอแนะให้มีการนำเสนอวัฒนธรรมดั้งเดิมในรูปแบบของการประยุกต์ให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผสานเข้ากับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของชุมชนเพื่อการคงไว้ซึ่งความเดิมแท้ของชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ภาครัฐฯ ควรให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อป้องกันผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์และการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตที่ตอบรับการท่องเที่ยวจนมากเกินไป ซึ่งมาตรการการส่งเสริมการสานต่อทางวัฒนธรรมหรือการคงไว้ซึ่งความเดิมแท้และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนตลอดจนการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์จะต้องได้รับการสนับสนุนและการบูรณาการในทุกภาคส่วนซึ่ง Punwun (2021) และ Sitikarn (2021) ได้เห็นพ้องกันว่าเท่าที่ผ่านมาจากการศึกษาในชุมชนชาติพันธุ์พบว่ามีการจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่พัฒนาไปอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต แต่ก็ยังต้องมีการพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่องอีกในหลายปัจจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งหนึ่งที่พบว่าปัจจัยแต่ละด้านในกรอบแบบจำลองเพชรของการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงได้ผลการศึกษาอยู่ในระดับปานกลางซึ่งยังมีช่องว่างในการพัฒนาในอีกหลายมิติ

3. ผลการศึกษามลกระทบของความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่มีต่อความสำเร็จของชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังตารางที่ 3 – 4

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสามารถในการแข่งขันกับความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงโดยรวม

ตัวแปร	YYY	AA	BB	CC	DD	EE	FF	VIF
$\bar{X}$	3.63	3.45	3.33	3.43	3.46	3.22	3.42	
S.D.	0.81	0.66	0.83	0.85	0.73	0.88	0.78	
YYY		0.68*	0.56*	0.59*	0.72*	0.51*	0.73*	
AA			0.72*	0.70*	0.76*	0.60*	0.65*	3.35
BB				0.71*	0.64*	0.57*	0.58*	2.64
CC					0.63*	0.54*	0.58*	2.45
DD						0.63*	0.65*	2.81
EE							0.64*	2.03
FF								2.21

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ: AA= ปัจจัยการผลิต BB= ปัจจัยด้านอุปสงค์ CC=ปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน DD= ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ EE=ปัจจัยภาครัฐ FF=ปัจจัยเอื้ออื่นๆ YYY= ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ทีมผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ ความสามารถในการแข่งขัน มีค่าตั้งแต่ 2.03 – 3.35 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของความสามารถในการแข่งขันในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.51 - 0.73 จากนั้นทีมผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงโดยรวม (YYY) ดังนี้ $YYY = 0.18 + 0.20AA + 0.04BB + 0.08CC + 0.39DD + 0.10EE + 0.46FF$ ซึ่งจากสมการที่ได้นี้ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจ



การท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงโดยรวม (YYY) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 986.50$; $p = 0.00$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($\text{Adj}R^2$) เท่ากับ 0.66

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม

ความสามารถในการแข่งขัน	ความสำเร็จโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.18	0.05	3.87	0.00*
ปัจจัยการผลิต	0.20	0.02	8.44	0.00*
ปัจจัยด้านอุปสงค์	0.04	0.02	-2.33	0.02*
ปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยง	0.08	0.02	5.09	0.00*
ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ	0.39	0.02	19.81	0.00*
ปัจจัยภาครัฐ	0.10	0.01	-7.50	0.00*
ปัจจัยเอื้ออื่น ๆ	0.46	0.02	28.42	0.00*
$F = 986.50$ $p = 0.00$ $\text{Adj}R^2 = 0.66$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของทุกปัจจัยมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จโดยรวมของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานของการวิจัย กล่าวคือ ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน ด้านความพร้อม ในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัจจัยภาครัฐและปัจจัยเอื้ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง นอกจากนี้จากผลการศึกษาข้างต้นยังพบว่า ปัจจัยเอื้ออื่น ๆ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนชาติพันธุ์โดยรวมมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.46 ปัจจัยเอื้ออื่น ๆ ในที่นี้อาติการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดกับความเดิมแท้ (Authenticity) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และการพัฒนาของการท่องเที่ยวชายแดนในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ส่วนปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ และปัจจัยการผลิตมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนชาติพันธุ์โดยรวมเป็นลำดับที่สอง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.39 ซึ่งปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจนี้ ประกอบไปด้วย ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน ความสามารถของชุมชนในการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยว และประสิทธิภาพในการสร้างกลุ่มทำงานและเครือข่ายการท่องเที่ยวเหล่านี้ เป็นต้น ส่วนปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนชาติพันธุ์โดยรวมเป็นลำดับที่สาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.20 ซึ่งปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต อาทิ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทักษะและงานสร้างสรรค์โดยมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรทางการเงิน โดยรวมผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาในอดีต อาทิการศึกษาของ Xu (2019) ที่ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยใช้กรอบของแบบจำลองเพชรเป็นฐานในการศึกษาในห้าประเทศในเอเชียกลางซึ่งประกอบไปด้วยประเทศ คาซัคสถาน คีร์กีซสถาน ทาจิกิสถาน เติร์กเมนิสถาน และอุซเบกิสถานโดยพบว่าปัจจัยทุกตัวในแบบจำลองเพชรส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นโอกาสและเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ในแบบจำลองเพชร อาทิ เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ นโยบายทางเศรษฐกิจ ความร่วมมือระหว่างประเทศของห้าประเทศในเอเชียกลางกับประเทศจีนในโครงการความร่วมมือ "เศรษฐกิจเส้นทางสายไหม" และการได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารเพื่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานแห่งเอเชีย (Asian Infrastructure Investment Bank) เหล่านี้เป็นต้น และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Fernando (2021) ที่ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวใน



ศรีลังกา โดยใช้กรอบของแบบจำลองเพชรเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งพบว่าปัจจัยอื่นๆ ซึ่ง Fernando เรียกว่าพลังของสถานการณ์ (Situational Forces) เป็นปัจจัยที่เป็นโอกาส (Chance) ที่ส่งผลกระทบมากที่สุดต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวของศรีลังกา

สรุปผลการวิจัย

จากพื้นฐานของพัฒนาการการท่องเที่ยว ความเหมือน ความต่าง ความโดดเด่นในแต่ละธุรกิจ และปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของแต่ละชาติพันธุ์ ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำและภูไทมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในธุรกิจที่พักแรม ในขณะที่กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน ไทโส้ ไทญ้อ ไทข่า/บรู และไทกะเลิง มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึก ส่วนกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
2. ชีตความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน ด้านความพร้อมในการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยเอื้ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงสาขาของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีศักยภาพในการแข่งขัน
2. เพื่อให้เข้าใจถึงระดับของขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
3. เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่มีต่อความสำเร็จของชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
4. เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลของการศึกษาที่พบความโดดเด่นที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในแต่ละธุรกิจของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ และยังพบว่าความสามารถในการแข่งขันของทุกปัจจัยมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จโดยรวมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และนอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยเอื้ออื่นๆ ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ และ ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของชุมชนชาติพันธุ์โดยรวมมากที่สุดตามอันดับแรก ทีมผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยอิงจากผลของการศึกษาในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเกี่ยวกับการใช้งานของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพราะเป็นช่องทางที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์และโฆษณากิจกรรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Generation Z ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จนเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินชีวิตไปแล้ว (Ounokphan, 2020) ซึ่งกระแสมความนิยมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ความเดิมแท้ ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นมาก สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมและความนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2. ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องเชื่อมโยงความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการค้าขายแดนและการพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง กับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอย่างบูรณาการ



เพราะเหล่านี้นล้วนเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ของการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

3. สถาบันการศึกษาและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรต้องฝึกอบรมและพัฒนาชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในทุกมิติและมีการวัดผลสัมฤทธิ์จากการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยว และการสร้างกลุ่มทำงานและเครือข่ายการท่องเที่ยว เหล่านี้ เป็นต้น

4. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา และผู้นำชุมชนควรต้องมีการจัดโครงการและกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนชาติพันธุ์จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อความคงไว้ซึ่งความเดิมแท้และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน อาทิ การสื่อสารด้วยภาษาชาติพันธุ์ ความเข้าใจและสืบสานประเพณี วิถี ความเชื่อ และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ความคงไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมดั้งเดิมของชุมชนชาติพันธุ์ การสรรค์สร้างสถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างที่สะท้อนเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนชาติพันธุ์ และหัตถกรรม งานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น เป็นต้น

5. ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องส่งเสริมการบูรณาการหอกระจายข่าว ลานวัฒนธรรม หรือลานเอนกประสงค์ของชุมชนในการเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทักษะทางท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์กับการเป็นศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน และฐานการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอย่างครบวงจร

6. ระบบโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนชาติพันธุ์ควรต้องได้รับการพัฒนาในทุกมิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ความเพียงพอและความสามารถในการตอบสนองการใช้งานของระบบขนส่งที่รองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน และระบบการรักษาความสะอาดและสุขอนามัยขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เหล่านี้ เป็นต้น

7. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ควรหาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอย่างบูรณาการ โดยการทำ Tourism Cluster Development โดยแบ่งกลุ่มการพัฒนาออกเป็น 3 กลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มมีแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกัน อันได้แก่ (1) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจที่พักแรม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท และกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ สอดคล้องกับกรอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจที่พักแรมของ Ministry of Tourism and Sports (2015) ซึ่งจะพบว่าสองกลุ่มชาติพันธุ์นี้มีการพัฒนาในธุรกิจที่พักแรมไปอย่างมากโดยได้ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยวและมีระบบการจัดการภายในชุมชนของโฮมสเตย์ที่ดี ซึ่งจะต้องหาแนวทางในการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนต่อไป (2) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน กลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง และ กลุ่มชาติพันธุ์ไทชา/บรู เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ แล้วพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้มีความโดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึกมาก โดยมีศักยภาพและความสามารถในการแปลงทุนวัฒนธรรมที่หลากหลายของแต่ละชุมชนให้เป็นสินค้าที่ระลึกได้เป็นอย่างดี และ (3) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ แล้วพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีความโดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีวัฒนธรรมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีสถานที่ตั้งของชุมชนติดกับริมฝั่งโขง ซึ่งมีทัศนียภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนที่เอื้อต่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Ministry of Tourism and Sports, 2021)

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มอื่นๆ อาทิ ไทพวน อาข่า ขแมร์ลีอ ก่ามู ฯลฯ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนชาติพันธุ์ให้สูงขึ้น โดยใช้อิงจากโมเดลการศึกษาในครั้งนี้เป็นต้นแบบ และควรเพิ่มรูปแบบการศึกษาแบบเชิงคุณภาพนอกเหนือจากการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อที่จะได้เข้าใจความต้องการ และข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของแต่ละชุมชนชาติพันธุ์ได้ชัดเจนเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์โดยยังคงไว้ซึ่งความเดิมแท้จะมีผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมากมาย

การศึกษาควรต้องศึกษาเชิงลึกในหลายมิติให้ครอบคลุมทั้งในมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ การศึกษาในอนาคตควรศึกษาถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และผู้มาเยือน เพราะปัจจัยนี้อาจจะเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการรับรู้ ตลอดจนเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมทางการตลาด ในรูปแบบต่างๆ ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ผลการศึกษาออกมาในเชิงภาพรวม (Holistic) แต่อาจจะมีรายละเอียดเชิงลึกหรือปรากฏการณ์ทางสังคมหรือลักษณะทางวัฒนธรรมของชุมชนชาติพันธุ์ ที่ การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งถ้าหากนำมาใช้มาใช้ศึกษา อาจจะได้ผลการศึกษาในมุมมองใหม่ๆ และได้ผลเชิงลึกมากกว่าผลการศึกษาเชิงปริมาณ

2. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นศึกษาลักษณะของพฤติกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจจะส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของการเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อาทิ ปัญหาความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ของกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน ลักษณะการเอื้อประโยชน์กันระหว่างผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ เหล่านี้เป็นต้น

References

- ASEAN Secretariat. (2024). *ASEAN tourism strategic plan 2016-2025*. Retrieved February 2024, from https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20240216150147.pdf
- Bangkok Post (2024). *Thailand falls by more than 10 places in tourism ranking*. Retrieved May 2024, from <https://www.bangkokpost.com/business/general/2800278/thailand-falls-by-more-than-10-places-in-tourism-ranking>
- Chumpa, N. & Kaewpia, T. (2020). The driving of the tourism management based on the social capital of ethnic communities in Maesalong-Nok sub-district, Mafahluang district, Chiang Rai province. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 23(1),20-38.
- Department of Provincial Administration. (2019). *Statistical data structure of population numbers*. Retrieved January 2024, from https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByAge.php
- DASTA (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration) (2019). *Thai Yo Ban Phon*. Retrieved January 2024, from <https://cbtthailand.dasta.or.th/webapp/reviewTravel/content/10/>
- DASTA (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration). (2021). *Tai Dam community: Cultural tourism destination*. Retrieved January 2024, from <https://www.dasta.or.th/th/article/376>.
- Fernando, I. N. (2021). *Tourism Amid Covid-19 Pandemic in Sri Lanka Way-Forwarding Strategies Through the Porters' Diamond Model*. Retrieved January 2024, from <https://diglib.natlib.lk/bitstream/handle/123456789/40140/Fernando%2C%20Imali%20N..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. F. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7th ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3),607-610.
- Luo, X. (2019). Coastal tourism commodity industry cluster based on diamond model and ecological niche. *Journal of Coastal Research*, 94(sp1),828-832.
- Ministry of Tourism and Sports. (2015). *Thailand homestay standard*. Bangkok : Chulalongkorn University Printing House.
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). *Tai Seak*. Retrieved January 2024, from <http://www2.Nakhonphanom.go.th/charm/detail/36/data.html>



- Ministry of Tourism and Sports (2023). *Tai So*. Retrieved January 2024, from <http://www2.nakhonphanom.go.th/charm/detail/37/data.html>
- Ministry of Tourism and Sports (2024). *Tai Kha*. Retrieved January 2024, from <http://www2.nakhonphanom.go.th/charm/detail/40>
- Oanh, N. M. & Trinh, N. T. T. (2021). Progress of cooperation for sustainable development of the Greater Mekong Subregion and Vietnam's contribution. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4),2476-2490.
- Ounokphan, S. (2020). *Travel Attitudes and Behaviors: The Study of the Difference between Generation X and generation Y Travelers*. Retrieved January 2024, from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3600/1/TP%20MM.030%202563.pdf>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance; and competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York : Free Press.
- Punwun, I. (2021). *The development of the cultural tourism of sustainable ethnic group*. Retrieved January 2024, from <http://cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/2193/7/Cover.pdf>
- Sitikarn, B. (2021). Development of ethnic tourism in poverty and drug deduction (the case study of Chiangrai Province, Thailand). *E3S Web of Conferences*, 284,10005.
- Smith, L. V. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Pennsylvania : University of Pennsylvania Press.
- Sunthornpasat. S. (2005). *Ethnic relations: basic anthropological concepts in the study of ethnic group identities, nations, and the organization of ethnic relations*. Bangkok : Muang Boran.
- Vallibhotama, S. (2003). *Isan civilization basin: Revealing archaeological evidence that redefines Thai history*. (4th ed). Bangkok : Matichon.
- Vetchachai, A. & Yodkamolsat, S. (2004). *Social welfare: For the people: concepts, policies, and practices*. Bangkok : Addison Press Products.
- Wiratnipawan, W. (2008). *The applied development of urban and rural areas*. (2nd eds). Bangkok : Four Pace Printing House.
- Xu, J., (2019). Analysis on the Tourism Competitiveness of Five Central Asian Countries Based on Diamond Model. Retrieved January 2024, from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/seiem-18/55911569>
- Yaowanannon, K., Supasetthasiri, P., Nopudompan, K. & Inchan, N. (2019). Thai Phuan symbols: A study of the identity of the Thai Phuan cultural group in the central region of Thailand for design guidelines. *Journal of the Institute of Culture and Arts, Srinakharinwirot University*, 21(1),166-185.