

## บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอีสานใต้ได้อย่างยั่งยืนด้วยตนเอง (2) ยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (3) ค้นหาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสุขภาพ และความงาม อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางท่องเที่ยว (4) สร้างศักยภาพของชุมชนในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว บำเพ็ญประโยชน์ และ (5) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและคนในชุมชนสามารถใช้ฐานข้อมูลสารสนเทศ คาดการณ์และวางแผนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ตลอดจนบริหารจัดการและธำรงรักษาสถานทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบสอบถาม (Questionnaire) และการศึกษาดูงานชุมชนต้นแบบ (Field trip) โดยมีพื้นที่การศึกษาในเขตพื้นที่อีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานีและอำนาจเจริญ รวมถึงจังหวัดบึงกาฬ นครพนม และ มุกดาหาร

ผลการศึกษาพบว่า การเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้สามารถดำเนินการได้ภายใต้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในประเด็น 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย (1) **ด้านการพัฒนาและจัดการทุนมนุษย์** ประกอบด้วย นโยบายที่ 1 การพัฒนาทักษะและความสามารถของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในอีสานใต้ (ด้านภาษาต่างประเทศและด้านการนำเที่ยว) นโยบายที่ 2 การพัฒนาทักษะด้านการตลาดและการบริการแก่บุคลากรธุรกิจสปาในอีสานใต้ นโยบายที่ 3 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ นโยบายที่ 4 ส่งเสริมการให้ความรู้ และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้ประกอบการ นโยบายที่ 5 การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อเสริมความรู้ และทักษะในการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง นโยบายที่ 6 การพัฒนาความรู้ และทักษะของช่างผู้ผลิตงานเพื่อทำเนียบข้อมูลปราชญ์ชุมชนในงานภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละด้านทั้งงานหัตถกรรม และงานประเพณี (2) **ด้านการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว** นโยบายที่ 1 การประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในการดำเนินการด้านการตลาดทั้งในระดับประเทศและระดับอาเซียน นโยบายที่ 2 การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสปารวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจสปาในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ มาตรฐานและการจัดตั้งธุรกิจสปาที่ถูกต้องตามกฎหมายในพื้นที่อีสานใต้ นโยบายที่ 3 การพัฒนาความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ โดยการสร้างสรรค์รายการนำเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่ในเขตอีสานใต้ได้ นโยบายที่ 4 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน (Local Participation) ในการจัดการท่องเที่ยว นโยบายที่ 5 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว นโยบายที่ 6 การพัฒนาด้านการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และกลุ่มประเทศอาเซียน นโยบายที่ 7 การวางแผนการจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการใช้งานระบบสารสนเทศให้เป็นที่กว้างขวางทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน นโยบายที่ 8 การพัฒนาความหลากหลายในรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ นโยบายที่ 9 การพัฒนาศูนย์การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต นโยบายที่ 10 การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจดลิขสิทธิ์

ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากปราชญ์ท้องถิ่น (3) ด้านการธำรงรักษาและจัดการฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย นโยบายที่ 1 การพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาด นโยบายที่ 2 พัฒนาระบบสารสนเทศให้สามารถรองรับข้อมูลทุกจังหวัดในประเทศไทย รวมทั้งสามารถใช้งานทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน นโยบายที่ 3 การพัฒนาความหลากหลายในรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นโยบายที่ 4 การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ และงานประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากปราชญ์ท้องถิ่น

**คำสำคัญ:** ศักยภาพ, มูลค่า, คุณค่า, ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว, อีสานใต้, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

## Abstract

This research aimed to investigate (1) the development for local guides' ability in order to develop community based tourism in Lower Northeastern of Thailand, (2) the enhancement of potential, value, and worth of local wisdom in Lower Northeastern of Thailand for Tourism Promotion, (3) patterns of marketing potential development for health tourism to increasing potential of value, and worth of tourism product, (4) the potential development for communities in Lower Northeastern of Thailand to serve volunteer tourism, and (5) the encouragement for local tourism business owners and local people could use information technology to forecast and plan their tourism products including management and maintain tourism resources in Lower Northeastern of Thailand. The researchers used participatory action research, participant observation, in-depth interview, questionnaire, and field trip as the research instruments. The research was conducted focus in Lower Northeastern of Thailand: Nakorn Ratchasima province, Surin province, Sisaket province, Ubon Ratchathani province, and Amnatcharoen province, including Banteay Meanchey in Cambodia.

The results of the research found that the enhancement of potential, value, and worth of tourism products in Lower Northeastern of Thailand could be done under three main dimensions. **First dimension was a human capital development and management.** This dimension comprised of six policies; policy 1: Local guides' skill and ability development in Lower Northeastern of Thailand (English communication and touring skill); policy 2: Marketing and service skill development for local spa business owners in Lower Northeastern of Thailand; policy 3: The encouragement for local participation to create volunteer tourism activities creatively; policy 4: To educate local tourism business owners how to operate information technology for their business; policy 5: The development and encouragement of knowledge management activities in local wisdom product production; policy 6: The development of knowledge and skill of local crafts in Lower Northeastern of Thailand. **Second dimension was tourism product development and management.** This dimension comprised of ten policies; policy 1: To cooperate with the outside institutions for national and international marketing development; policy 2: To cooperate with the government organizations related spa business management to promote policy, strategy, standard and spa business registration legally in Lower Northeastern of Thailand; policy 3: To promote and create unique tourism resources in Lower Northeastern of Thailand to serve cultural tourism, volunteer tourism, and health tourism including create tourist itinerary to connect the tourism resources in Lower Northeastern of Thailand; policy 4: To encourage local participation in tourism management; policy 5: To develop tourism infrastructure and amenities to serve the tourists; policy 6: To develop marketing communication and public relations to promote tourism in Lower Northeastern of Thailand and Asean countries; policy 7: To plan and develop tourism resource database for information technology system for government and private

organizations; policy 8: To promote creative economic concept to develop tourism products; policy 9: To promote the local handicraft production center in Lower Northeastern of Thailand as a living museum; policy 10: To support the registration and intellectual property right for local wisdom products. Third dimension was tourism resources maintenance and management. There were four policies; policy 1: To develop information technology to serve public relations and marketing management; policy 2: To develop information technology to serve tourism information with Thai, English, and Asean languages; policy 3: To support the creation of various types of tourism product with creative economy concept and connect to Asean countries; policy 4: To support the registration of local products and local wisdoms for intellectual property right.

**Keywords:** Potential, Value, Worth, Tourism Product, Lower Northeastern, Cultural Tourism