



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์มีร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เดินทางโดยเครื่องบินส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจหรือเดินทางส่วนตัวมากกว่าเพื่อการท่องเที่ยว แต่ก็ยังมีที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาจจะเป็นเพราะค่าโดยสารที่แพงกว่าการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะประเภทอื่น และการเดินทางจากสนามบินไปยังสถานที่ต่างๆ ต้องใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น การเดินทางโดยรถลีมูซีน ที่ให้บริการจากสนามบินไปยังแหล่งต่างๆ มีอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างแพง นอกจากนี้การเดินทางจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความห่างไกลกัน ซึ่งจังหวัดบุรีรัมย์มีสนามบินอยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 30 กิโลเมตร และห่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปราสาทหินพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติกว่า 100 กิโลเมตร จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการเดินทาง

จังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวที่เดินทางทางอากาศของจังหวัดอุบลราชธานีมีมากกว่าจังหวัดบุรีรัมย์ อาจเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า และมีสายการบินมากกว่า คือ มีทั้งสายการบินไทยและสายการบินและสายการบินไทยแอร์เอเชียซึ่งเป็นสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศที่ไม่แพงมากนัก ประกอบกับสนามบินอยู่ห่างจากตัวเมืองเพียง 3 กิโลเมตรเท่านั้น ทำให้เดินทางได้ค่อนข้างสะดวก นอกจากนี้ จังหวัดอุบลราชธานียังมีเส้นทางที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือประเทศลาว ทางด่านช่องเม็ก อำเภอสิรินธร หากอัตราราคาค่าโดยสารทางอากาศมีราคาที่ไม่แพงมาก รวมทั้งทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเส้นทางการเดินทางโดยระบบขนส่งทางอากาศ เชื่อมต่อการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะทางบกไปยังจังหวัดใกล้เคียงและประเทศลาว จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามการเดินทางทางอากาศซึ่งมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีราคาค่าโดยสารไม่แพงนัก อาจไม่เกิดผลดีต่อกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มากนักเพราะนักท่องเที่ยวอาจใช้อีสานใต้เป็นเพียงทางผ่านเพื่อเดินทางไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม





ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในอีสานใต้

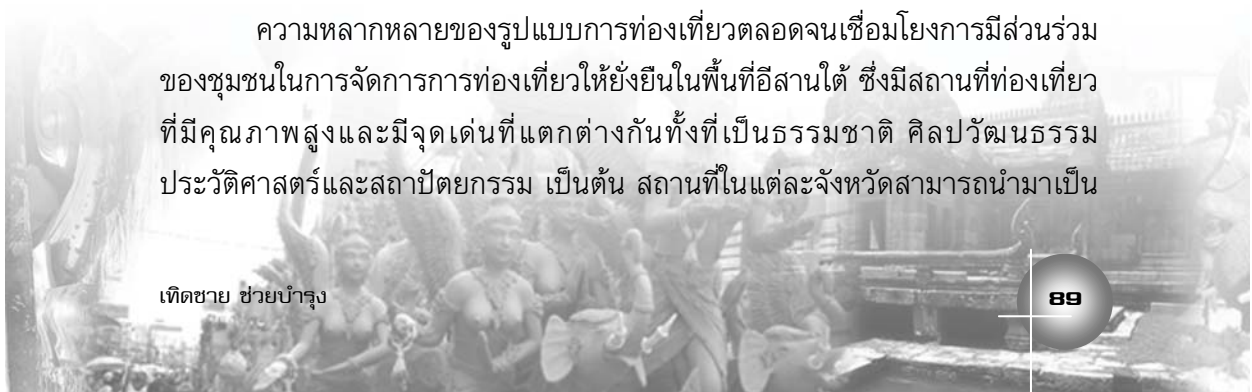
โดยภาพรวมของระบบสาธารณูปโภคในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอต่อการให้บริการ แต่หากแยกประเภทจะพบว่า ระบบโทรศัพท์สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มากและตู้โทรศัพท์สาธารณะบางแห่งไม่สามารถใช้งานได้ แต่ก็นับว่าเพียงพอต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้บริการ อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือใช้ ซึ่งมีความสะดวกมากกว่า และระบบสัญญาณของแต่ละเครือข่ายก็มีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น มีการขยายช่องสัญญาณมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีป้ายสัญญาณของค่ายโทรศัพท์บางค่ายแสดงให้เห็นชัดเจน ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งไม่ใช้ระบบน้ำประปา แต่ใช้ระบบน้ำบาดาลหรือไม่ก็เป็นการสูบน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติเข้าสู่ระบบน้ำของแหล่งท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจะไม่มีความสะอาดมากนัก แต่ก็มีปริมาณที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนระบบไฟฟ้าโดยภาพรวมแล้วนับว่ามีความเพียงพอ เพราะเป็นระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ครอบคลุมทุกพื้นที่อยู่แล้ว

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและศูนย์รวมข้อมูลทางการท่องเที่ยว

ระบบฐานข้อมูลและศูนย์รวมข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งในระบบการท่องเที่ยว ซึ่งหากได้รับการพัฒนาและจัดการที่ดีจะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลก่อนตัดสินใจเดินทาง ทั้งข้อมูลด้านที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ดังนั้นหากระบบฐานข้อมูลสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นนี้ได้และมีการจัดการที่ดี ก็จะอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจแก่นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

การใช้และความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้

ความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวตลอดจนเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในพื้นที่อีสานใต้ ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและมีจุดเด่นที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม เป็นต้น สถานที่ในแต่ละจังหวัดสามารถนำมาเป็น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

จุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรได้รับสารสนเทศก่อนเดินทางและขณะท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ความปลอดภัยและเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวรุ่นต่อไปด้วย ซึ่งจากการศึกษาของกิ่งแก้ว ปะติตังโฆ และคณะ (2550) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้สารสนเทศจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นหนังสือในระดับมาก ส่วนสื่อไม่ตีพิมพ์ที่อยู่ในระดับมาก คือ ภาพถ่ายและอินเทอร์เน็ต เนื้อหาของสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวใช้ในระดับมาก คือ ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยชอบการค้นหาสารสนเทศจากแหล่งที่เป็นสถาบัน ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลประจำสถานที่ท่องเที่ยวและจากห้องสมุดของหน่วยงานต่างๆ โดยแหล่งสารสนเทศประเภทบุคคลนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมการสนทนากับเพื่อนร่วมงานมากกว่าวิธีอื่น และภาษาของสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้มากที่สุด คือ ภาษาไทย รองลงมาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งใช้ในระดับปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้สารสนเทศสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือมากที่สุด และสารสนเทศประเภทสื่อไม่ตีพิมพ์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่นักท่องเที่ยวใช้ในขณะที่พักในโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เนื้อหาของสารสนเทศในระดับมากและมีจำนวนผู้ใช้สูง คือ เนื้อหาเกี่ยวกับที่ตั้ง ความรู้เส้นทางและแผนที่ และแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้จำนวนมาก คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งแหล่งสารสนเทศบุคคลประเภทสมุดบันทึกหรือหนังสือส่วนตัวนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ การสนทนากับเพื่อน ส่วนหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งสารสนเทศสื่อมวลชนที่ใช้ในระดับมาก รองลงมา คือ รายการโทรทัศน์ โดยภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้มากที่สุด

ปัญหาการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประสบปัญหาปัญหาการใช้สารสนเทศที่คล้ายคลึงกัน คือ ปัญหาแหล่งสารสนเทศที่ให้บริการเฉพาะสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เข้าใจข้อมูลหรือความรู้





ที่เป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบปัญหาสารสนเทศที่เป็นภาษาอังกฤษมีไม่เพียงพอซึ่งเป็นปัญหาในระดับน้อย

ตาราง 8 ปัญหาการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้

ปัญหาการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยว	หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบดูแล
1. ด้านเนื้อหาสารสนเทศ (ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่ขณะนี้ไม่ทันสมัย จึงต้องปรับปรุง)	หน่วยงานหลักที่ต้องสนับสนุนและดำเนินการควรเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ด้านแหล่งสารสนเทศ	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ควรแสดงบทบาทอย่างจริงจังใน การบริหารจัดการสารสนเทศ เพื่อให้ เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว
3. ด้านรูปแบบสารสนเทศ 1) ข้อมูลหรือความรู้ควรจัดทำให้อยู่ในรูปของ วารสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ตหรือสื่ออื่นๆ 2) ข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ต ณ ปัจจุบันเน้น ความบันเทิงมากเกินไป ควรเพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ให้ความรู้มากขึ้น และจัดทำเนื้อหาและรูปแบบในการเสนอบน เว็บไซต์ให้ดีและน่าสนใจ อันจะเป็นประโยชน์ และดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวใน กลุ่มอีสานใต้มากขึ้น 3) ข้อมูลหรือเนื้อหาที่นำเสนออยู่ในรูปของ วารสารหรือแผ่นพับ ควรเป็นข้อมูลหลักและมี มาตรฐานเดียวกัน ทั้งที่เป็นภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศ เช่น หัวเรื่องเกี่ยวกับประวัติ ของสถานที่ท่องเที่ยว 4) สื่อสารสนเทศประเภทอื่นๆ เช่น รายการ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	ขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละจังหวัด

ที่มา : กิ่งแก้ว ปะติตังโช และคณะ, 2550



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ตาราง 9 แนวทางการแก้ปัญหาการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ ในเชิงบริหารและจัดการ

หลักการ / วิธีการ	สิ่งที่ควรดำเนินการ
ผู้ผลิตหรือผู้จัดทำ	การดำเนินงานเกี่ยวกับสารสนเทศอาจร่วมมือกันทำในกลุ่มอีสานใต้ โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นฝ่ายการตลาด องค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลและศูนย์สารสนเทศจังหวัดควรมีบทบาทและดำเนินการอย่างจริงจัง
การบริหารจัดการ	จากโครงสร้างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องชี้แจงให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งสภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดและสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัด

ที่มา : กิ่งแก้ว ปะติตังโช และคณะ, 2550

การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

ผลการศึกษาของวิไลรัตน์ ยาทองไชย และคณะ (2550) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 100 แห่ง 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวน 120 แห่ง 3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี 24 แห่ง และ 4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น 24 แห่ง ซึ่งมีลักษณะการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี และประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น จังหวัดที่พบแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ นครราชสีมา อุบลราชธานี ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์และบุรีรัมย์ โดยมีลักษณะการกระจายตัวที่ไม่มีทิศทางที่แน่นอน



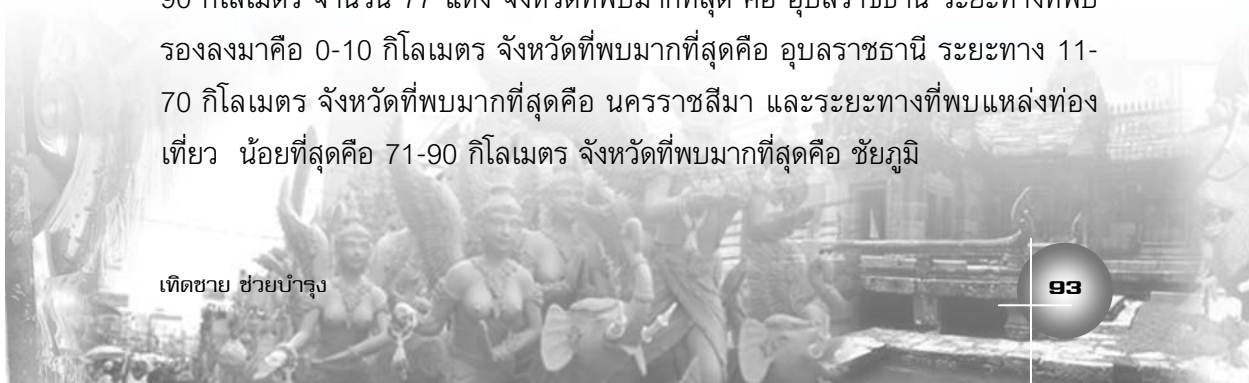
เทิดชาย ช่วยบำรุง



2) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ อดีตถึง พ.ศ. 2500 ช่วง พ.ศ. 2501-2525 และช่วง พ.ศ. 2526-2550 พบว่า ช่วงที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วง พ.ศ. 2526-2550 จำนวน 119 แห่ง ช่วงอดีตถึง พ.ศ. 2500 พบจำนวนแหล่งท่องเที่ยวรองลงมา คือ 88 แห่ง ช่วง พ.ศ. 2501-2525 จำนวน 60 แห่ง โดยลักษณะการกระจายในทุกช่วงจะไม่มีทิศทางที่แน่นอนและกระจายตัวอยู่ทั่วไปในพื้นที่

3) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวกับปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ช่วงอดีตถึง พ.ศ. 2500 มีการพบแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 88 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือ ประเภทธรรมชาติและประเภทศิลปวัฒนธรรม ซึ่งไม่มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นในช่วงนี้ โดยจังหวัดที่พบแหล่งท่องเที่ยวหนาแน่นที่สุด คือ นครราชสีมา ช่วง พ.ศ. 2501-2525 มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 60 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น และประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี จังหวัดที่พบแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ นครราชสีมา ช่วง พ.ศ. 2526-2550 เป็นช่วงที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 119 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ ประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นและประเภท ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยจังหวัดที่พบแหล่งท่องเที่ยวหนาแน่น ที่สุด คือ อุบลราชธานี

4) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามระยะทางจากตัวจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว โดย ระยะทางที่พบแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ระยะทางมากกว่า 90 กิโลเมตร จำนวน 77 แห่ง จังหวัดที่พบมากที่สุด คือ อุบลราชธานี ระยะทางที่พบรองลงมาคือ 0-10 กิโลเมตร จังหวัดที่พบมากที่สุดคือ อุบลราชธานี ระยะทาง 11-70 กิโลเมตร จังหวัดที่พบมากที่สุดคือ นครราชสีมา และระยะทางที่พบแหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุดคือ 71-90 กิโลเมตร จังหวัดที่พบมากที่สุดคือ ชัยภูมิ





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์ร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ มี 4 ลักษณะดังนี้

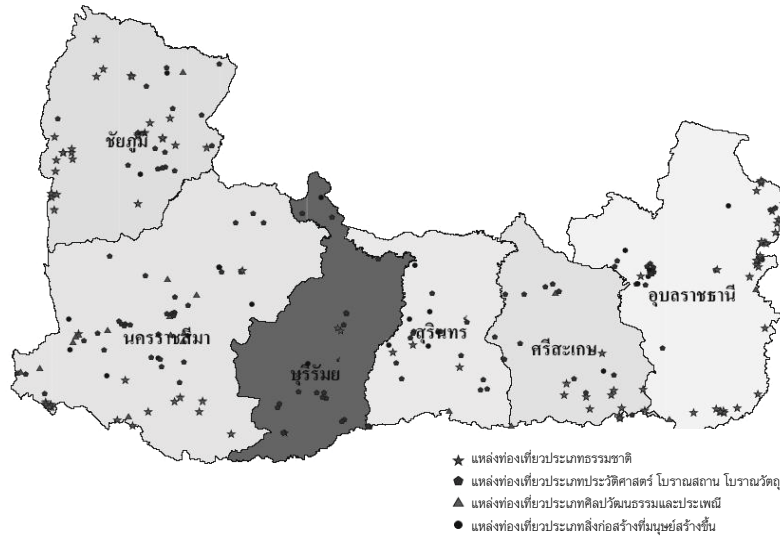
1) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัจจุบันอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ กระจายตัวอยู่หนาแน่นมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น คือ ประเภทธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี และประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น

2) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในช่วงเวลาต่อไปความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวจะมีจำนวนมากขึ้น

3) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว กับปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในอนาคตแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี จะมีความหนาแน่นมากขึ้น

4) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามระยะทางจากตัวจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระยะทาง 0-50 กิโลเมตร จะมีความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นและประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี





ที่มา : วิไลรัตน์ ยาทองไชย และคณะ, 2550

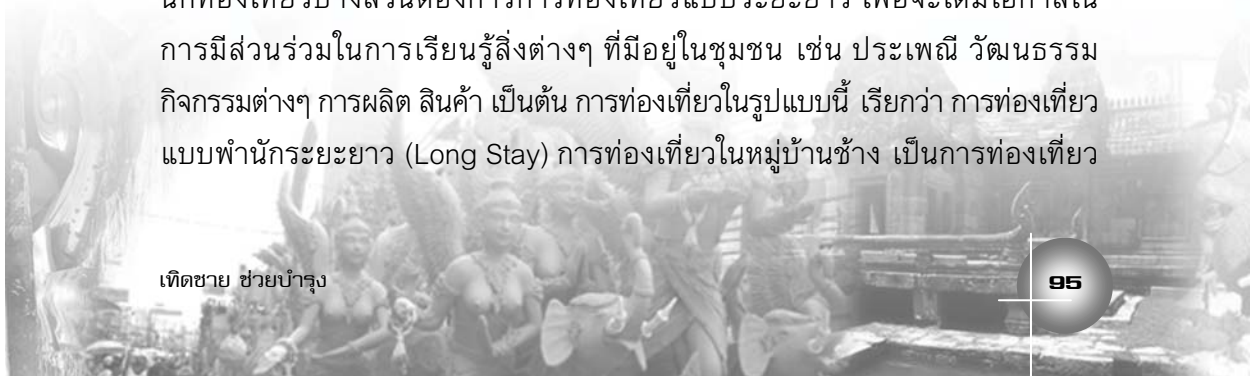
ภาพ 12 การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

การจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยว

ความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยวเป็นตัวชี้วัดความสมดุลระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและปริมาณนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม วิถีชุมชนและผลกระทบแง่ลบในด้านต่างๆ การจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นสำคัญในการที่จะรักษาและคงไว้ซึ่งความงดงามและสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ต่อไป

ศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างในอีสานใต้

การท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจยิ่ง และสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในประเทศไทยได้ โดยเฉพาะในอีสานใต้ เพราะนักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการการท่องเที่ยวแบบระยะยาว เพื่อจะได้มีโอกาสในการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมต่างๆ การผลิต สินค้า เป็นต้น การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้าง เป็นการท่องเที่ยว



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

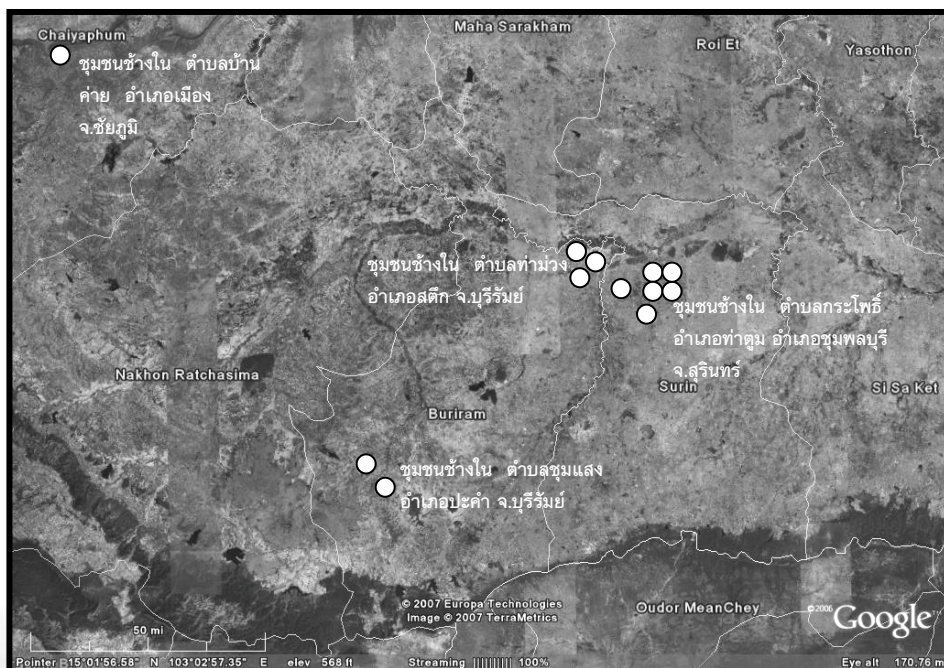
ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

อีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบระยะยาวได้ (Long Stay Program) อย่างไรก็ตาม การเลี้ยงช้างของชุมชนในแต่ละจังหวัด ถือเป็นลักษณะการเลี้ยงที่มีการสืบทอดจากบรรพบุรุษมาช้านานและมีประวัติที่น่าศึกษายิ่ง ซึ่งจากผลการศึกษาของสันติ ปานน้อย และคณะ (2550) พบว่า พื้นที่ชุมชนเลี้ยงช้างในเขตอีสานใต้ มี 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และชัยภูมิ

พื้นที่จังหวัดสุรินทร์ 1) ชุมชนบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม
2) ชุมชนบ้านกระโพ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม 3) ชุมชนบ้านศาลา ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม และ 4) ชุมชนบ้านท่าลาด ตำบลศรีณรงค์ อำเภอชุมพลบุรี

พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ 1) ชุมชนบ้านพิमानโพเงิน ตำบลท่าม่วง อำเภอสตึก
2) ชุมชนบ้านโนนยาง ตำบลท่าม่วง อำเภอสตึก 3) ชุมชนบ้านท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอสตึก และ 4) ชุมชนบ้านทุ่งโพธิ์ ตำบลชุมแสง อำเภอปะคำ

พื้นที่จังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ ชุมชนบ้านค่ายหมื่นแผ้ว ตำบลบ้านค่าย อำเภอเมือง



ที่มา : สันติ ปานน้อย และคณะ, 2550

ภาพ 13 ตำแหน่งที่ตั้งชุมชนเลี้ยงช้างในเขตอีสานใต้





ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวแบบการพำนักระยะยาวของชุมชนเลี้ยงช้างในอีสานใต้

ชุมชนที่มีศักยภาพที่เหมาะสมในการรองรับการท่องเที่ยวแบบการพำนักระยะยาวในอีสานใต้ ได้แก่ ชุมชนบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์ เป็นชุมชนที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านข้อมูล โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรม โดยมีศูนย์ควบคุมและกำกับดูแลช้างในชุมชนและความพร้อมของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น รองลงมาเป็นชุมชนบ้านกระโพ ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์ และชุมชนบ้านศาลา ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์

ตาราง 10 ยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในอีสานใต้สู่ความยั่งยืน

รูปแบบและประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยงานระดับชาติ	ระดับหน่วยงานความร่วมมือในพื้นที่	การเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
1. การท่องเที่ยวแบบ Home Stay 2. การท่องเที่ยวแบบ Long Stay 3. การเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เกี่ยวกับช้าง 4. การทำศูนย์คชศึกษา 5. การทำพิพิธภัณฑ์ช้าง 6. การทำโรงพยาบาลช้าง 7. การแสดงช้าง	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรดูแลด้านการตลาด การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีภาษาที่หลากหลาย และควรจัดทำคู่มือให้นักท่องเที่ยว 2. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย	1. ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น จนกว่าโครงการในชุมชนเดินได้ด้วยตนเอง 2. องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตท้องถิ่นจะต้องมีความสามัคคีเป็นหนึ่งเดียว ละเว้นมองปัญหาส่วนตนให้ตระหนักถึงปัญหาในองคร่วม 3. เกษตรจังหวัด	1. การผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีแห่เทียนพรรษา งานบวช เป็นต้น ซึ่งในอดีตเคยมีการเชื่อมโยงงานดังกล่าวเข้าด้วยกันแต่ปัจจุบันได้เลือนหายไป 2. การแลกเปลี่ยน



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

รูปแบบและ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยงานระดับชาติ	ระดับหน่วยงาน ความร่วมมือ ในพื้นที่	การเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
8. การส่งเสริม ปราชญ์ภูมิปัญญา ท้องถิ่น เกี่ยวกับ กิจกรรมของช้าง 9. การส่งเสริม การปลูกพืชอาหาร ช้างเป็นพืชเศรษฐกิจ อีกชนิดหนึ่ง 10. การส่งเสริม การปลูกพืชสมุนไพร ที่ใช้เพื่อการรักษา ช้างโดยวิถีธรรมชาติ ของช้าง 11. การพัฒนาศูนย์ กิจกรรมประเพณี เกี่ยว กับช้างเพื่อฝึก และดูแลช้างไทย 12. การพัฒนา หมู่บ้านหัตถกรรม ที่เสริมรายได้ให้กับ ชุมชนในหมู่บ้านช้าง 13. การทำศูนย์ กลางการฝึกและ แสดงช้าง	กระทรวง การท่องเที่ยวและ กีฬา กระทรวง สาธารณสุขและ กระทรวงศึกษาธิการ เป็น 6 กระทรวงหลัก ที่ควรวางระบบ การบริหารจัดการ เกี่ยวกับช้างอย่าง เป็นระบบและเป็น รูปธรรมมากที่สุด เช่น ปัญหาช้าง เร่ร่อน ปัญหาช้าง ไม่มีอาหารกิน ปัญหาคนเลี้ยงช้าง ปัญหาสุขภาพช้าง การแก้ไขปัญหาช้าง ไม่เป็นระบบ	เกษตรอำเภอ พัฒนาการ พัฒนาการ ปศุสัตว์จังหวัด ปศุสัตว์อำเภอ ควร กำกับดูงานในด้าน สิ่งแวดล้อมป่าไม้ การขยายพันธุ์พืชที่ เป็นอาหารของช้าง การเพิ่มพื้นที่ การเพาะปลูกพืช อาหารช้าง การส่งเสริมการขาย ผลผลิตจาก การเพาะปลูกอาหาร ช้าง เป็นต้น 4. ผู้อำนวยการเขต การศึกษา ผู้อำนวยการ โรงเรียน สถาบันการศึกษาใน ระดับอุดมศึกษาใน ท้องถิ่น ควรกำกับ ดูแลการจัดการ ความรู้ด้านช้างให้ เป็นระบบและ ถ่ายทอดเป็น หลักสูตรท้องถิ่นได้ อย่างเป็นระบบและ	วัฒนธรรมระหว่าง กัมพูชา ไทย ลาว ใน ระดับท้องถิ่นหลาย แห่งได้ดำเนินการอยู่ แล้ว ซึ่งเป็นการนำ จุดแข็งเป็นตัว เชื่อมโยงงาน เทศกาลประเพณี เช่น กิจกรรม การแข่งขันเรือยาว เป็นต้น 3. เนื่องจากลักษณะ ทางภูมิศาสตร์ของ ประเทศไทย ลาว กัมพูชา มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน ธรรมชาติทางภาษา และวัฒนธรรมก็ เชื่อมโยงกัน การดำเนินชีวิตก็มี ความสัมพันธ์กับน้ำ เหมือนกัน ประกอบ กับประเพณี ความเชื่อและพิธี กรรม มีความเหมือน และคล้ายกันอยู่ หลายประการ





รูปแบบและ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยงานระดับชาติ	ระดับหน่วยงาน ความร่วมมือ ในพื้นที่	การเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
		ถูกต้อง 5. วัฒนธรรมจังหวัด อำเภอ หอการค้า จังหวัด สภาอุตสาหกรรม จังหวัด จะต้องช่วย วางระบบ กำกับดูแล เพื่อสืบสาน วัฒนธรรมท้องถิ่น ให้มีความยั่งยืน	ดังนั้น จึงควรใช้ การท่องเที่ยวทางน้ำ เป็นจุดเชื่อมโยง ทั้ง แม่น้ำโขง แม่น้ำมูล แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำเสียมราฐใน กัมพูชา แม่น้ำเซโน ลาว

ที่มา : สันติ ปานน้อย และคณะ, 2550

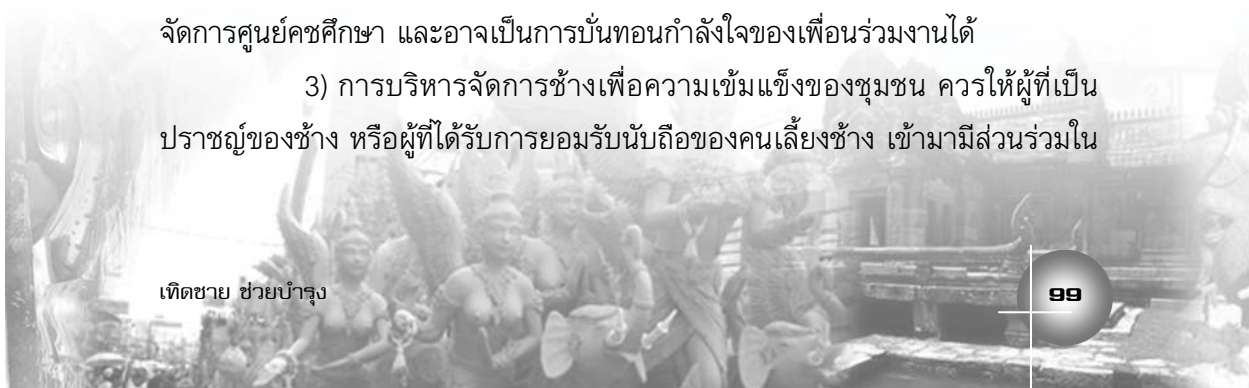
อนาคตการท่องเที่ยวแบบการพำนักระยะยาวของชุมชนเลี้ยงช้างใน อีสานใต้

1. ด้านการเมืองการปกครอง

1) ผู้นำท้องถิ่นทั้งระดับผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบล
 องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีความแตกต่างกันในภาพรวม และขัดแย้งกัน
 ในเชิงวิธีคิด แนวทางปฏิบัติและการบริหารจัดการ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนา
 ชุมชนและจะเกิดการแบ่งพรรคแบ่งฝ่าย มีความแตกแยก ซึ่งหากไม่เร่งแก้ไขปัญหาดังกล่าวก็จะมีผลเสียและมีผลกระทบในทางลบต่อทุกระดับ

2) ในการบริหารจัดการศูนย์การศึกษา หากจัดคนไม่เข้าใจปัญหาภายใน
 พื้นที่ ก็จะทำให้ไม่ทราบสภาพปัญหาอย่างแท้จริง ซึ่งอาจส่งผลในเชิงการบริหาร
 จัดการศูนย์การศึกษา และอาจเป็นการบั่นทอนกำลังใจของเพื่อนร่วมงานได้

3) การบริหารจัดการช้างเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ควรให้ผู้ที่เป็
 ปรารถนาของช้าง หรือผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือของคนเลี้ยงช้าง เข้ามามีส่วนร่วมใน





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การบริหารจัดการในศูนย์ศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องนำมติและแนวทางปฏิบัติที่ได้จากการประชุมหารือกัน ไปดำเนินการโดยไม่ขัดต่อระเบียบ

2. ด้านการพัฒนาทางด้านกายภาพ

1) ในระดับครัวเรือนมีองค์ความรู้ที่เป็นเอกลักษณ์อยู่แล้วคือ มีการทอผ้า มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่พำกาศัยในด้าน Form, Function, Space ลักษณะภูมิสถาปัตยกรรมบริเวณที่ดินของที่พักอาศัย การใช้ประโยชน์ในบริเวณที่ดินบ้านเรือนพำกาศัย (Function) ที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนจึงไม่ควรกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิมมากนัก และควรมีการศึกษาอัตลักษณ์ของชาวไทยกูย (ส่วย) ให้ชัดเจนขึ้น

2) การพัฒนาชุมชนในภาพรวมไม่ควรปลูกสร้างสิ่งก่อสร้างที่ใหญ่เกินความจำเป็น เช่น ป้าย รูปปั้นช้าง ชุมประตู่ รั้ว เสาไฟหรือหากก่อสร้างก็ควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความเหมาะสม ซึ่งควรจะต้องถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การสร้างรั้ว ควรเป็นรั้วธรรมชาติตลอดทั้งแนว การสร้างถนนก็ควรประกอบด้วยภูมิทัศน์ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน Street furniture ก็ควรสื่อถึงคุณค่าและความหมายของท้องถิ่น หากมีการก่อสร้างป้ายทั้งป้ายโฆษณาและป้ายบอกสถานที่ไม่ควรมีขนาดใหญ่และสูงเกินต้นไม้มับริเวณโดยรอบ ตลอดจนควรอยู่ในระดับสายตาที่ไม่มองเห็น พื้นหลังของป้ายควรมีลักษณะที่กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. ด้านสังคม

1) ปัจจุบันไม่มีวัยรุ่นและประชากรวัยแรงงานอยู่ในพื้นที่ มีเพียงคนแก่และเด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากไม่เร่งสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของท้องถิ่นดังกล่าว ก็จะทำให้ชุมชนขาดความเข้มแข็งในอนาคต

2) เร่งเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ โดยแสดงให้เห็นถึงคุณค่า ความสำคัญของอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นชาวไทยกูย ที่มีต่อท้องถิ่นและประเทศชาติ อาจโดยการอบรมหรือจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นเกี่ยวกับช้าง ในระยะสั้นหรือระยะยาวต่อไป



เทิดชาย ช่วยบำรุง



3) ยกระดับหลักสูตรศศึกษาท้องถิ่น ให้เป็นหลักสูตรของจังหวัด ที่ทุกคนในจังหวัดจะได้ศึกษาในเชิงลึก เช่น เทคนิคการฝึกช้าง การดูแลรักษาช้าง สมุนไพรเกี่ยวกับช้าง ขั้นตอนในพิธีปะกำช้าง ภาษาเกี่ยวกับช้าง เป็นต้น

4. ด้านอื่นๆ

1) การบังคับใช้ตัวบทกฎหมายด้านการซื้อขายคชภัตร การนำช้างออกจากพื้นที่และกฎหมายสาธารณสุขเกี่ยวกับช้าง ชุมชน เทศบาล สุขาภิบาล รวมทั้ง องค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โรงเรียน วัด ควรมี บทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตและความเป็นอยู่ของช้างอย่างมีกฎเกณฑ์

2) จัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงระบบ กระบวนการให้บริการ และคุณภาพขององค์ประกอบในการให้บริการ

ศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อีสานใต้นับเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีความเจริญของแหล่งอารยธรรมสำคัญของ ประเทศ โดยเฉพาะอารยธรรมของอาณาจักรขอมโบราณดังปรากฏร่องรอยหลักฐาน ทางศิลปกรรมให้เห็นจำนวนมาก ทั้งที่สร้างขึ้นในรูปแบบของเทวสถานในศาสนาฮินดู และพุทธสถานนิกายมหายาน ซึ่งปัจจุบันได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่และเป็นที่รู้จักแพร่หลายของทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ในบริเวณอีสานใต้นี้ยังได้ปรากฏศิลปกรรมอีกกลุ่มหนึ่งที่ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมแบบล้านช้างซึ่งครอบคลุมพื้นที่ของประเทศไทย และบางส่วนของภาคอีสาน ซึ่งเป็นศิลปกรรมที่สร้างขึ้นภายหลังจากที่อิทธิพลทาง วัฒนธรรมของอาณาจักรเขมรโบราณได้เสื่อมลงไปแล้ว ศิลปกรรมเหล่านี้สร้างขึ้น เกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนานิกายหินยานส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานในรูปแบบของ พระธาตุ (เจดีย์) และลิม (โบสถ์) ซึ่งพบเป็นจำนวนหลายแห่งและกระจายอยู่ในหลาย พื้นที่ โดยแหล่งศิลปกรรมดังกล่าวยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อย ส่วน หนึ่งอาจเป็นเพราะขาดข้อมูลของแหล่งศิลปกรรม ซึ่งจากผลการศึกษาของกฤษฎา พิณศรี และคณะ (2550) พบว่า แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่อาจพัฒนา



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีจำนวนทั้งสิ้น 19 แห่งโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม
 คือ กลุ่มพระธาตุหรือปราสาท 8 แห่ง กลุ่มลิม (โบสถ์) 9 แห่ง และกลุ่มหอไตร
 2 แห่ง ดังตาราง 11

ตาราง 11 แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่อาจพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรม

จังหวัด	กลุ่มพระธาตุหรือปราสาท	กลุ่มลิม (โบสถ์)	กลุ่มหอไตร
ชัยภูมิ	1. พระธาตุนองสามหมื่น 2. ธาตุโนนกกอก (พระธาตุพิพวย) 3. ธาตุนองจอก (กุดจอก)	-	-
นครราชสีมา	-	1. ลิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) 2. ลิมวัดบ้านชิน	-
บุรีรัมย์	-	1. ลิมวัดท่าเรียบ 2. ลิมวัดบรมคงคา	-
สุรินทร์	1. ปราสาทศีขรภูมิ 2. ปราสาทแก้ว 3. ปราสาทเมือง	-	-
ศรีสะเกษ	1. ธาตุบ้านเมืองจันทร์ 2. ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท)	1. ลิมวัดโนนผึ่ง 2. ลิมวัดโสภณ วิหาร (วัดบ้าน ลุมพุก)	-
อุบลราชธานี	-	1. ลิมวัดบ้านด้าย 2. ลิมวัดแจ้ง 3. ลิมวัด บ้านนาควาย	1. หอไตร วัดทุ่งศรีเมือง 2. หอไตร วัดบูรพาราม





แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้

แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่อาจพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอีสานใต้ มีจำนวนทั้งสิ้น 19 แห่ง โดยแยกออกเป็นรายจังหวัดได้ดังนี้

1. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดชัยภูมิ

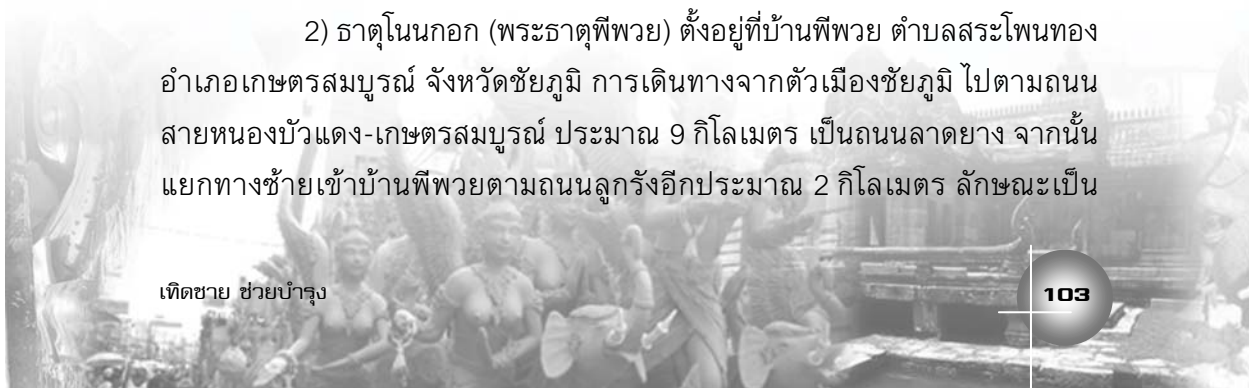
1) พระธาตุหนองสามหมื่น ตั้งอยู่ที่วัดพระธาตุสามหมื่น บ้านแก่ง ตำบลบ้านแก่ง อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ลักษณะเป็นเจดีย์ก่ออิฐฉาบปูน ยอดมุมไม้สิบสองฐานเจดีย์เป็นฐานเขียงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีบันไดทางขึ้น 3 ด้าน และมีลานประทักษิณรอบถัดขึ้นไปเป็นฐานเขียงซึ่งรองรับฐานขององค์เรือนธาตุซึ่งเป็นฐานบัวลูกแก้ว องค์เรือนธาตุมีซุ้มจระนำอยู่ทั้ง 4 ทิศ ภายในซุ้มจระนำ ด้านทิศเหนือประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นปางรำพึงเช่นเดียวกับด้านทิศตะวันตก ส่วนซุ้มด้านทิศตะวันออกและทิศใต้เป็นพระพุทธรูปปางลีลา ลักษณะพุทธศิลป์มีอิทธิพลของศิลปะล้านช้างปะปนอยู่ทั้งส่วนพระพักตร์และเครื่องทรง เหนือจากองค์เรือนธาตุจะทำย่อเก็จไม้ยี่สิบมีสถูปขนาดเล็กอยู่ทั้ง 4 ทิศ ส่วนยอดเจดีย์มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมตรงกลางป่องออกเล็กน้อยและยอดปลายเรียว สันนิษฐานว่า มีอายุอยู่ในช่วงราวพุทธศตวรรษที่ 20-21



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 14 พระธาตุหนองสามหมื่น

2) ธาตุโนนกอก (พระธาตุพิพวย) ตั้งอยู่ที่บ้านพิพวย ตำบลสระโพนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ การเดินทางจากตัวเมืองชัยภูมิ ไปตามถนนสายหนองบัวแดง-เกษตรสมบูรณ์ ประมาณ 9 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยาง จากนั้นแยกทางซ้ายเข้าบ้านพิพวยตามถนนลูกรังอีกประมาณ 2 กิโลเมตร ลักษณะเป็น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ธาตุเจดีย์ที่ก่ออิฐสอปูน ส่วนของฐานและเรือนธาตุมีลักษณะคล้ายบัวคว่ำเหินือ เรือนธาตุทำเป็นกลีบบัวหงายและส่วนยอดคล้ายกับยอดของพระธาตุพนม เจดีย์ธาตุองค์นี้ยังคงเหลือร่องรอยของการฉาบผิวนอกด้วยปูนให้เห็นอยู่ เป็นลักษณะของศิลปะลาวประมาณพุทธศตวรรษที่ 19-20



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 15 ธาตุโนนกอก

3) ธาตุหนองจอก (กุดจอก) ตั้งอยู่ที่บ้านยางน้อย ตำบลยางน้อย อำเภอ เกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ลักษณะประกอบด้วยเจดีย์ก่ออิฐ 2 องค์ องค์หนึ่งมี เรือนธาตุกลวง ภายในมีพระพุทธรูปหินปูนขนาดใหญ่และพระพุทธรูปหินทราย ปางมารวิชัย ยอดเจดีย์พังลงมาเป็นส่วนใหญ่ ธาตุเจดีย์อีกองค์หนึ่งเป็นธาตุก่ออิฐทับ ตัวเรือนมีลักษณะคล้ายพระธาตุพนม ธาตุเจดีย์องค์นี้มีฐานสูงประมาณ 5 ชั้น เป็น มุมยื่นและลดมุมอย่างสลับงาม ลักษณะของธาตุเจดีย์ทั้งสององค์เป็นสถาปัตยกรรม แบบลาว มีอายุอยู่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 19-20



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 16-17 ธาตุหนองจอก





2. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดนครราชสีมา

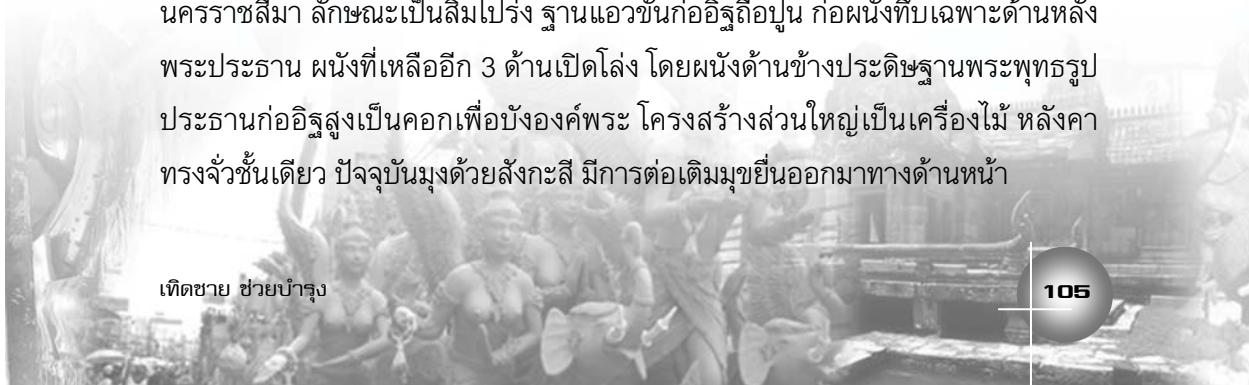
1) สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) ตั้งอยู่ภายในวัดศรีสุภณ บ้านทองหลางน้อย ตำบลดอนตะหนิน อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จากอักษรที่เขียนไว้เหนือกรอบประตูทำให้ทราบว่าสิมหลังนี้สร้างขึ้นเมื่อปี 2471 ลักษณะเป็น สิมทึบ หลังคาทรงจั่ว มีคันทวยรับชายคาปีกนกที่ยื่นออกมาโดยรอบ ปัจจุบันหลังคา มุงด้วยสังกะสี บริเวณผนังสิมมีการเขียนภาพจิตรกรรมอย่างสวยงามแบบฝีมือ ช่างพื้นบ้านเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธศาสนา ด้านหน้าทางทิศตะวันออกเขียน ภาพช้าง 2 เชือกชูดอกบัวหันหน้าเข้าหากัน ด้านตะวันตกเป็นภาพเล่าเรื่องนรกภูมิ ด้านเหนือเป็นภาพนรกภูมิและการเกิดแก่เจ็บตาย ด้านใต้เป็นภาพนรกภูมิและ การโปรดสัตว์ เหนือช่องประตู หน้าต่าง ตกแต่งด้วยลายหน้ากาล ภายในประดิษฐาน พระประธานแบบศิลปะภาคกลาง และมีจิตรกรรมฝาผนังเล่าเรื่องพุทธประวัติตอน สำคัญๆ ตั้งแต่ประสูติจนถึงปรินิพพาน



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 18-19 สิมวัดศรีสุภณ

2) สิมวัดบ้านชิน ตั้งอยู่ภายในวัดบ้านชิน บ้านชิน อำเภอโนนไทย จังหวัด นครราชสีมา ลักษณะเป็นสิมโปร่ง ฐานแอมซันก่ออิฐถือปูน ก่อผนังทึบเฉพาะด้านหลัง พระประธาน ผนังที่เหลืออีก 3 ด้านเปิดโล่ง โดยผนังด้านข้างประดิษฐานพระพุทธรูป ประธานก่ออิฐสูงเป็นคอกเพื่อบังองค์พระ โครงสร้างส่วนใหญ่เป็นเครื่องไม้ หลังคา ทรงจั่วชั้นเดียว ปัจจุบันมุงด้วยสังกะสี มีการต่อเติมมุขยื่นออกมาทางด้านหน้า



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย



ที่มา : กฤษฎา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 20 ลิมวัดบ้านชิน

3. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดบุรีรัมย์

1) ลิมวัดท่าเรียบ ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดท่าเรียบ บ้านหนองหว้าใหญ่ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะเป็นลิมทึบแบบมีชายคาปีกนก ก่ออิฐถือปูน ฐานแอวขัน ด้านหน้าบริเวณทางขึ้นทำมุขยื่นออกมา สองข้างของบันไดทางขึ้นมีปูนปั้นรูปพญานาค ฝีมือช่างท้องถิ่น หลังคาเครื่องไม้มุงกระเบื้อง เสาที่รองรับชายคาปีกนกตกแต่งเป็นเสาย่อมุมสิบสอง บริเวณผนังโดยรอบเขียนภาพจิตรกรรมเป็นเรื่องราวในพุทธประวัติ พระมาลัยโปรดสัตว์และเวสสันดรชาดก สอดแทรกด้วยเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในสมัยนั้น



ที่มา : กฤษฎา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 21-22 ลิมวัดท่าเรียบ





2) สิมวัดบรมคงคา ตั้งอยู่ภายในวัดบรมคงคา บ้านแวง ตำบลบ้านแวง อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะเป็นสิมทึบแบบมีชายคาปีกนก ก่ออิฐถือปูน ฐานแอ่นชันหลังคาเครื่องไม้มุงกระเบื้อง ที่ประตูทางเข้าแกะสลักลวดลายและตัวอักษรบอกถึงผู้สร้างและปีที่สร้าง ผนังด้านข้างประตูเขียนลายรูปยักษ์ทวารบาล บริเวณผนังเขียนภาพจิตรกรรมเป็นเรื่องราวของพระมาลัย กรอบประตูตกแต่งด้วยลายนาค

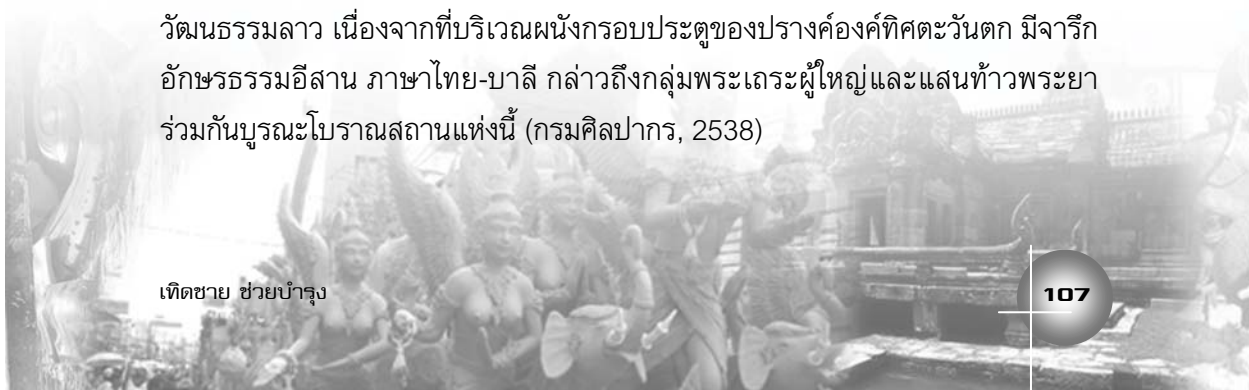


ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 23 สิมวัดบรมคงคา

4. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดสุรินทร์

1) ปราสาทศีขรภูมิ (ปราสาทระแงง) ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ การเดินทางจากตัวจังหวัดไปทางทิศตะวันออกประมาณ 34 กิโลเมตร ตามเส้นทางสายสุรินทร์-ศีขรภูมิ (ทางหลวงหมายเลข 226) เลี้ยวทางแยกเข้าที่ว่าการอำเภอศีขรภูมิเล็กน้อย จะมีทางแยกซ้ายประมาณ 1 กิโลเมตรถึงที่ตั้งปราสาท ปราสาทศีขรภูมิประกอบด้วยปราสาทอิฐ 5 หลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน ลักษณะเป็นโบราณสถานในวัฒนธรรมเขมร ซึ่งได้รับการซ่อมแซมต่อเติมใหม่เมื่อราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 โดยกลุ่มชนเชื้อสายลาวหรือกลุ่มชนที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมลาว เนื่องจากที่บริเวณผนังกรอบประตูของปราสาทองค์ทิศตะวันตก มีจารึกอักษรธรรมอีสาน ภาษาไทย-บาลี กล่าวถึงกลุ่มพระเถระผู้ใหญ่และแสนท้าวพระยา ร่วมกันบูรณะโบราณสถานแห่งนี้ (กรมศิลปากร, 2538)



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 24-25 ปราสาทศีขรภูมิ

2) ปราสาทเมืองที ตั้งอยู่ที่บ้านเมืองที ตำบลเมืองที อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศตะวันออกประมาณ 16 กิโลเมตร ตามเส้นทางสายสุรินทร์-ศีขรภูมิ (ทางหลวงหมายเลข 226) จนถึงบ้านโคกลำดวน (ตรงข้ามที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองที) แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าวัดจอมสุทธาวาส 1 กิโลเมตร ตัวปราสาทตั้งอยู่ภายในวัด ทางด้านซ้ายมือของประตูทางเข้าปราสาทเมืองที เป็นปราสาทรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุม ก่ออิฐฉาบปูน 5 หลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน ปราสาทหลังกลางมีขนาดใหญ่และสูงกว่าปราสาททองคำอื่นๆ โดยมีเรือนธาตุซ้อนกัน 3 ชั้น ตามแบบสถาปัตยกรรมเขมร และมีบันไดยื่นออกจากเรือนธาตุทั้ง 4 ด้าน ปัจจุบันปราสาทบริวารเหลือเพียง 2 หลัง คือ ที่มุมทิศตะวันตกเฉียงเหนือและมุมทิศตะวันตกเฉียงใต้ สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะได้รับการซ่อมแซมใหม่ในราวพุทธศตวรรษที่ 23-24



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 26-27 ปราสาทเมืองที





3) ปราสาทแก้ว ตั้งอยู่ที่บ้านพระปืด ตำบลแร่ กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ การเดินทางเข้าสู่ปราสาทแก้ว เริ่มจากตัวจังหวัดสุรินทร์ไปตามถนนสายสุรินทร์-จอมพระ (ทางหลวงหมายเลข 214) ประมาณ 15 กิโลเมตร ถึงทางแยกเลี้ยวขวาเข้ากิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ไปอีกประมาณ 4 กิโลเมตร ถึงสี่แยกวัดโพธิ์รินทรวิเวก บ้านเขวาสินรินทร์ แล้วเลี้ยวขวาไปตามถนนลาดยางจนถึงบ้านแร่ระยะทาง 4 กิโลเมตร จะมีทางแยกเลี้ยวซ้ายไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตร ถึงวัดปราสาทแก้ว ปราสาทแก้วเป็นโบราณสถานประเภทอุโบสถหรือสิม ศิลปะลาว อายุราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 (ห่างหุ้นส่วนจำกัด ไพรลดา, 2545 อ้างถึงในกฤษฎา พินศรี และคณะ, 2550) ลักษณะเป็นสิมโปร่ง สร้างด้วยอิฐสอดินและมีศิลาแลงประกอบแผนผังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 6.50 เมตร ยาว 14.50 เมตร มีบันไดขึ้นทางด้านทิศตะวันออก คือ ด้านหน้าของอาคาร ส่วนบนบริเวณตอนในสุดของอาคารเป็นปราสาทหรือมณฑปรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุม เรียกว่า “อุบมุง” เรือนธาตุคล้ายคลึงกับปราสาทเมืองทีและปราสาทแสรวอ แต่ผนังเรือนธาตุด้านทิศตะวันออกเจาะเป็นซุ้มเพื่อประดิษฐาน “พระปืด” ซึ่งเป็นพระพุทธรูปหินทรายแดง ขัดสมาธิเพชร พระเศียรเดิมหายไปและสร้างพระเศียรต่อขึ้นใหม่ภายหลัง สันนิษฐานว่า ปราสาทแก้วคงจะมีอายุอยู่ในราวพุทธศตวรรษที่ 24 หรือราวสมัยอยุธยาตอนปลายถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น



ที่มา : กฤษฎา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 28-29 ปราสาทแก้ว

เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

5. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดศรีสะเกษ

1) ธาตุบ้านเมืองจันทร์ ตั้งอยู่บริเวณวัดบ้านเมืองจันทร์ ตำบลเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ โบราณสถานอยู่ในวัดเมืองจันทร์ซึ่งเป็นเมืองโบราณที่มีคูน้ำคันดินรูปวงกลมล้อมรอบ ธาตุบ้านเมืองจันทร์ก่ออิฐถือปูน มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุม สภาพของส่วนเรือนธาตุและยอดปราสาทยังคงสมบูรณ์เป็นส่วนใหญ่ มีเพียงส่วนฐานที่พังทลายไปเล็กน้อย ตัวเรือนธาตุก่ออิฐทึบ ส่วนยอดเป็นการจำลองส่วนเรือนธาตุให้มีขนาดย่อลงเรียงลดหลั่นกันขึ้นไปสามชั้น บนสุดทำเป็นยอดเรียวกกลม ยังคงพบลวดลายปูนปั้นรูปกลีบบัวที่ประดับอยู่บนหัวเสาติดผนังที่รองรับกรอบหน้าบัน



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 30-31 ธาตุบ้านเมืองจันทร์

2) ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท) ตั้งอยู่ภายในวัดบ้านปราสาท ตำบลปราสาท อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ การเดินทางจากตัวจังหวัดศรีสะเกษโดยใช้เส้นทางศรีสะเกษ-สุรินทร์ สามารถเข้าได้ 2 เส้นทาง คือ เข้าบ้านสระกำแพงใหญ่ อำเภออุทุมพรพิสัย ระยะทาง 17 กิโลเมตร เข้าตัวอำเภอห้วยทับทัน ระยะทาง 9 กิโลเมตร ปราสาทบ้านปราสาทเป็นปราสาท 3 หลัง ที่สร้างขึ้นในศิลปะเขมร ราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 ได้รับการดัดแปลงบูรณะปฏิสังขรณ์ในภายหลัง เห็นได้ชัดจากส่วนยอดของปราสาทที่มีรูปแบบต่างไปจากส่วนยอดของปราสาทในศิลปะเขมร ปราสาททั้งสามหลังก่ออิฐบนฐานศิลาแลงเดียวกัน มีประตูทางเข้าด้านทิศตะวันออก เรียงกันในแนวเหนือใต้ ที่ปราสาทประธานบนกรอบประตูด้านหน้า ยังคงมี



เทิดชาย ช่วยบำรุง



ทับหลังแสดงภาพหน้ากาล คายท่อนพวงมาลัย ที่บริเวณลิ้นยวของท่อนพวงมาลัย มีภาพบุคคลยืนอยู่ในซุ้ม ภาพสลักบริเวณ เหนือหน้ากาลลบเลือนไปหมดแล้วทำให้ไม่สามารถดูได้ว่าเป็นรูปอะไร มีทับหลังซึ่งเหลือเพียงครึ่งเดียว แผ่นหินหนึ่งตกอยู่ที่พื้น จากภาพแกะสลักที่ปรากฏเป็นเรื่องราวกวนเกษียรสมุทร ปราสาทอีก 2 หลัง ได้รับการดัดแปลงเช่นเดียวกัน โดยการก่ออิฐปิดช่องประตูกลายเป็นผนังทับทั้งสี่ด้าน ส่วนยอดของปราสาทดัดแปลงเช่นเดียวกันปราสาททั้งสามหลังล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วก่อด้วยศิลาแลง มีซุ้มประตูทางเข้า (โคปุระ) ด้านทิศตะวันออกและทิศใต้



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 32-33 ปราสาทบ้านปราสาท

3) สิมวัดโนนผึ่ง ตั้งอยู่ที่บ้านโนนผึ่ง ตำบลโนนสัง อำเภอกันทรารมณ จังหวัดศรีสะเกษ โดยเดินทางบนถนนสายกันทรารมณ-อุบลราชธานี ประมาณ 4 กิโลเมตร วัดจะอยู่ด้านซ้ายมือ ติดกับถนนใหญ่ สร้างเมื่อปี 2360 โดยหลวงพ่อสุวรรณ กิตติญาโณ เจ้าอาวาสในสมัยนั้น ลักษณะเป็นสิมโปร่ง ขนาด 2 ช่วง เสา มีบันไดขึ้นทางด้านหน้าด้านเดียวไม่มีกรอบประตู ฐานแอวขันก่ออิฐฉาบปูนสูงประมาณ 2 เมตร หลังคาทรงจั่วชั้นเดียว แต่ทำปีกนกยื่นออกมาจากผนังโดยรอบอย่างได้ สัดส่วน หากได้รับการบูรณะตามหลักวิชาการจะเป็นตัวอย่างของสิมอีสานที่งดงามแห่งหนึ่ง (วิโรฒ ศรีสุโร, มปป.)



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 34-35 สิมวัดโนนผึ่ง

4) วัดโสมณวิหาร หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “วัดบ้านลุมพุก” ตั้งอยู่ใกล้ปราสาทตาเล็ง (ปราสาทลุมพุก) ตำบลกันทรารมย์ อำเภออุษันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นวัดเก่าไม่ปรากฏปีที่สร้าง ภายในวัดมีลิมเก่าแบบลาว ก่ออิฐถือปูน ยกพื้นสูง หน้าบันตกแต่งลายปูนปั้น ผนังเขียนภาพพระบายสี หน้าต่างประดับด้วยลูกมะหวด พระประธานอิทธิพลศิลปะแบบลาว มีหลักเสมาปักไว้ในลิมต่างจากที่อื่นซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่บริเวณแถบนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าภายในวัดยังพบสถูปคู่คล้ายกับที่พบในบริเวณผามออีแดงเชิงเขาพระวิหาร วัดบ้านลุมพุกมีความน่าสนใจตรงที่เป็นศาสนสถานทางพุทธศาสนาที่เข้ามามีบทบาทต่อจากศาสนสถานขอมที่ปราสาท ตาเล็ง จึงเป็นสถานที่ที่แสดงถึงการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม และมีการรับ

อิทธิพลสถาปัตยกรรมแบบลาวที่สมบูรณ์แห่งหนึ่ง
 มาใช้ในชุมชนที่มีวัฒนธรรมเขมร



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 36 วัดโสมณวิหาร





6. โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดอุบลราชธานี

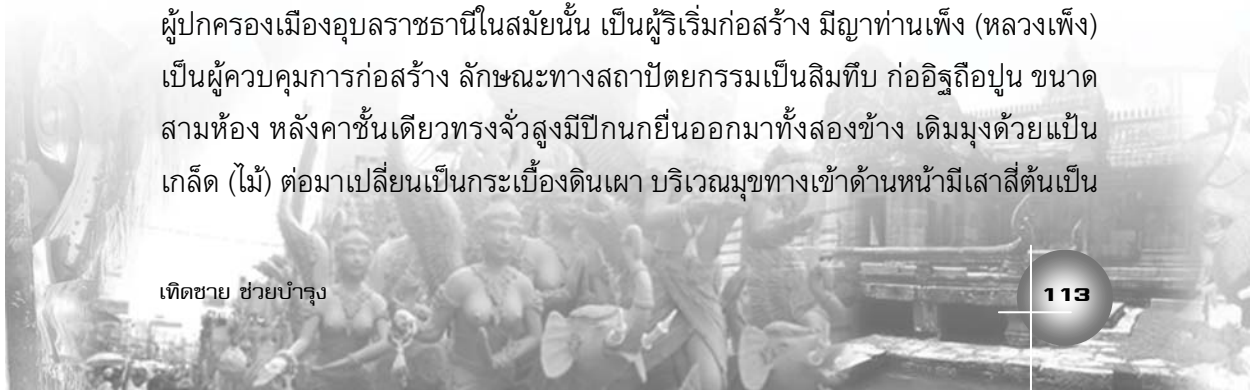
1) สิมวัดบ้านคำแย ตั้งอยู่ภายในวัดบ้านคำแย ตำบลไธ้อย อำเภอมือเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ลักษณะเป็นลิมแบบอีสานแท้ มีขนาดกะทัดรัด เรียบง่าย ตัวอาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ตั้งอยู่บนแอ่งขี้ มีบันได ขึ้นตรงหน้าประตูด้านเดียว หน้าต่างด้านข้างต้นละ 1 ช่อง ด้านหลังก่อทึบถึงหน้าจั่ว ผนังก่ออิฐถือปูนด้วยประทุน หลังคาทรงจั่วชั้นเดียว รางรายองทำเป็นช่อฟ้า (โหง) ไบระกา และหางหงส์ ไม่มีนาคสะดุ้ง หลังคามุงด้วยแป้นไม้ ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นสังกะสี มีทวยรูปพญานาคอ่อนช้อยแบบอีสานสองแบบ คือ แบบอ้าปากและแบบหุบปาก ปัจจุบันยังคงสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ บริเวณเหนือ ประตูทางเข้าด้านหน้ามีจารึก อักษรไทยน้อยสี่บรรทัด ด้านซ้ายมีจารึกอีกสิบบรรทัดกล่าวถึงญาครุฑา (เจ้าอาวาส) สมเด็จพระราชา ภิภษุ สามเณร พร้อมอุบาสก อุบาสิกา ร่วมกันสร้างลิมหลังนี้ขึ้นเมื่อปี 2417



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 37-38 สิมวัดบ้านคำแย

2) สิมวัดแจ้ง ตั้งอยู่ที่วัดแจ้ง ตำบลในเมือง อำเภอมือเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นลิมเก่าสร้างเมื่อประมาณปี 2431 โดยเจ้าราชบุตร หนึ่งในอาญาสี่ ผู้ปกครองเมืองอุบลราชธานีในสมัยนั้น เป็นผู้ริเริ่มก่อสร้าง มีญาน่านเพ็ง (หลวงเพ็ง) เป็นผู้ควบคุมการก่อสร้าง ลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นลิมทึบ ก่ออิฐถือปูน ขนาดสามห้อง หลังคาชั้นเดียวทรงจั่วสูงมีปีกนกยื่นออกมาทั้งสองข้าง เดิมมุงด้วยแป้นเกล็ด (ไม้) ต่อมาเปลี่ยนเป็นกระเบื้องดินเผา บริเวณมุขทางเข้าด้านหน้ามีเสาสีดินเป็น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

โครงสร้างรองรับหลังคา แกะสลักลายรวงผึ้ง (ฮ้างผึ้ง) ประดับระหว่างเสาทั้งสามช่วง หน้าบันแกะสลักลายช้างเอราวัณอยู่ระหว่างคชสิทธิ์ 2 ตัว คันทวยและหางหงส์สลักลายพญานาค มีประตูทางเข้าด้านเดียว หน้าต่างด้านละ 3 บาน กรอบหน้าต่างตกแต่งด้วยลายรวงผึ้ง ส่วนกรอบล่างแกะสลักเป็นลายลูกกรง ฐานแอวขันเป็นฐานบัวบริเวณสองข้างของบันไดทางขึ้นปั้นรูปตัวแช่ (จระเข้) ประดับไว้ ลิมแห่งนี้ฝีมือการก่อสร้างและลวดลายประดับตกแต่งที่ละเอียด เรียบง่ายและลงตัว ลัทธิฐานว่าคงเป็นฝีมือช่างหลวงของเมืองอุบลราชธานีในอดีต ถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี และได้รับการดูแลรักษาอย่างดีในปัจจุบัน จนได้รับพระราชทานเกียรติบัตรในงานนิทรรศการ “สถาปนิก 30” ในฐานะเป็นโบราณสถานที่มีการอนุรักษ์ยอดเยี่ยม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, มปป.)



ที่มา : กฤษฎา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 39-40 ลิมวัดแจ้ง

3) ลิมวัดบ้านนาควาย ตั้งอยู่ที่วัดบ้านนาควาย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นลิมแบบอีสานแท้ ลักษณะคล้ายลิมวัดบ้านคำแย หลังคา ทรงจั่วชั้นเดียว ไม่มีช่อฟ้า ใบระกา และหางหงส์ หน้าบันกรุด้วยไม้ ผนังด้านหน้ารอบประตูมีภาพเขียนช่างพื้นบ้านเป็นภาพमारผลญ ภายในมีจิตรกรรมฝาผนัง (อุปแต้ม) เล่าเรื่องพุทธประวัติตั้งแต่ประสูติจนกระทั่งเสด็จปรินิพพาน ภาพพระมาลัยโปรดสัตว์ในนรก ภาพวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นจิตรกรรมฝีมือช่างพื้นบ้านที่มีความงดงามแห่งหนึ่งที่ยังคงหลงเหลืออยู่ในเมืองอุบลราชธานี ปัจจุบันภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในลิม แห่งนี้ได้รับการอนุรักษ์โดยกรมศิลปากร



เทิดชาย ช่วยบำรุง



4) หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง ตั้งอยู่ที่วัดทุ่งศรีเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สร้างขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ตรงกับสมัยของพระพรหมวรราชสุริยวงศ์ เจ้าเมืองอุบลราชธานีคนที่สอง ลักษณะเป็นสถาปัตยกรรมไทยสร้างด้วยไม้ทั้งหลัง ตั้งอยู่กลางสระน้ำเพื่อป้องกันมดปลวกทำลาย พระไตรปิฎก เป็นศิลปะสกุลช่างที่ได้รับอิทธิพลจากไทย พม่าและลาว ตัวอาคารเป็นศิลปะแบบไทยภาคกลาง ฝาผนังเป็นไม้ปะกนขนาด 4 ห้อง บริเวณฝาปะกนแกะสลักเป็นรูปราศีต่างๆ ผนังภายในเขียนภาพลงรักปิดทอง ที่บานหน้าต่างและประตูเขียนภาพทวารบาล คันทวยด้านซ้ายและขวาของประตูทางเข้าสลักลายเทพพนม ส่วนคันทวยอื่นๆ โดยรอบสลักเป็นลายพญานาค หลังคาเป็นชั้นแบบไทยผสมพม่าประดับช่อฟ้า ใบระกา และแกะสลักลวดลายที่หน้าบันทั้งสองด้าน แบบศิลปะลาวฝีมือชั้นสูงช่างใหญ่ที่ควบคุมการก่อสร้าง คือ ญาคุซ่าง ซึ่งเป็นพระชาวเวียงจันทร์ (วิโรฒ ศรีสุโร, มปป.) หอไตรวัดทุ่งศรีเมืองนี้ได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในสามของของดีเมืองอุบลราชธานีในอดีต ดังมีคำกล่าวว่า “พระภู่วัดกลาง พระบางวัดใต้ หอไตรวัดทุ่ง” จึงนับเป็นโบราณสถานที่สำคัญยิ่งของจังหวัดอุบลราชธานี ปัจจุบันหอไตรแห่งนี้ได้รับการปรับปรุง ดูแล รักษาและบูรณะซ่อมแซมอย่างดี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นที่รู้จักดีของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดอุบลราชธานี



ที่มา : กฤษฎา พิณศรี และคณะ, 2550

ภาพ 41 หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง

เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

5) หอไตรวัดบูรพาราม ตั้งอยู่ที่วัดบูรพาราม ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หอไตรวัดบูรพารามเป็นประเภทหอบก คือ สร้างบนพื้นดินเป็นอาคารไม้เคียงกัน 2 หลัง แต่ละหลังมี 3 ห้อง เสากลมยกพื้นสูง มีชานเชื่อมทั้งสองอาคาร อาคารหลังทางด้านทิศใต้มีฝาไม้แบบก้างปลา ไม้พริ้งแกะสลักเป็นลวดลายกระจุกกลีบบัวรอบอาคารและไม้ลายเท้าสิงห์รองรับกรอบหน้าต่าง หลังคาทรงจั่วมุงแป้นไม้หน้าบันกรุไม้ลายดาววัน เชิงชายมีลายฉลุไม้โดยรอบ



ที่มา : ฤกษ์ภา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 42 หอไตรวัดบูรพาราม



ที่มา : ฤกษ์ภา พินศรี และคณะ, 2550

ภาพ 43 แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้

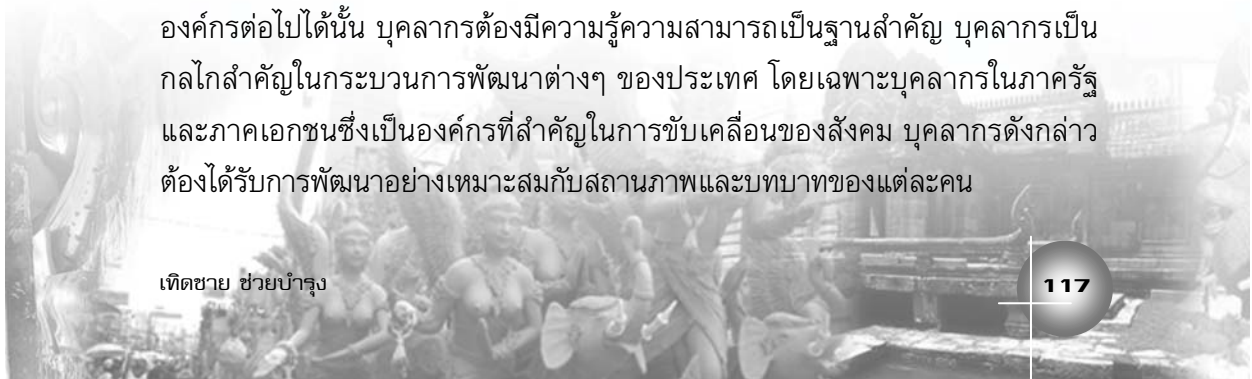




โบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้ ส่วนใหญ่มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงส่วนใหญ่เกี่ยวกับความสำคัญของโบราณสถาน เช่น มีรูปแบบทางศิลปะ ฝีมืองานช่าง แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นแหล่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีตหรือมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่น ส่วนด้านที่มีศักยภาพค่อนข้างน้อยส่วนใหญ่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของที่ระลึกหรือศูนย์การค้าขนาดเล็ก ศูนย์อาหารที่ถูกละเลยลักษณะที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นโดยเฉพาะโบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมล้านช้างในพื้นที่อีสานใต้ส่วนใหญ่มีขนาดค่อนข้างเล็กและกระจายอยู่ในพื้นที่กว้าง การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น รวมทั้งการเชื่อมโยงกับแหล่งวัฒนธรรมต้นแบบในประเทศลาว โดยอาศัยความสัมพันธ์ของแหล่งโบราณสถานทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในการเชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวเข้าด้วยกันโดยเฉพาะกับพื้นที่ของประเทศลาวตอนล่าง ซึ่งมีแหล่งโบราณสถานหลายแห่งที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ เช่น ปราสาทวัดภูและวัดภูอาสา ในแขวงจำปาสัก พระธาตุพนมจำลอง หอไตรบ้านหนองลำจังและพระธาตุอิงฮัง ในแขวงสะหวันนะเขต เป็นต้น ทั้งนี้หากสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเข้าด้วยกัน ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังอีสานใต้เพิ่มมากขึ้น

การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชน

ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งในทุกองค์กร การจะพัฒนาองค์กรต่อไปได้นั้น บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถเป็นฐานสำคัญ บุคลากรเป็นกลไกสำคัญในกระบวนการพัฒนาต่างๆ ของประเทศ โดยเฉพาะบุคลากรในภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งเป็นองค์กรที่สำคัญในการขับเคลื่อนของสังคม บุคลากรดังกล่าวต้องได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมกับสภาพและบทบาทของแต่ละคน





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในอีสานใต้

การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นระบบการบริหารจัดการทางธุรกิจ การท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอีสานใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทและประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีพื้นที่เหมาะสมกับการทำเกษตรกรรม จึงมีการประกอบอาชีพด้านการเกษตรอย่างหลากหลาย ทั้งทำนา ทำสวน ทำไร่และการปศุสัตว์ เป็นต้น เหล่านี้ถือเป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ อันเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่ง แต่เนื่องจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความรู้เฉพาะด้านการเกษตรแต่ขาดการเชื่อมโยงที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสู่การท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจากผลการศึกษาของสุรินทร์ หลวงนา และคณะ (2550) พบว่า สภาพปัญหาของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชน มีทั้งด้านความสามารถของบุคลากร คือ ขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะและความสามารถ ขาดวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงาน เนื่องจากมีบุคลากรจำนวนน้อยและขาดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และปัญหาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉพาะการจัดเทศกาลจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านความสามารถของบุคลากร จึงจำเป็นต้องสร้างเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สร้างความรู้ความเข้าใจและควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการถ่ายทอดความรู้ ฝึกทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสาร การบริหารจัดการ และสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ในด้านการพัฒนากิจกรรมการเกษตร ก็ควรมีการดำเนินการในส่วนของการส่งเสริมและจัดเทศกาลจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร

รูปแบบการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในอีสานใต้

การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในเขตจังหวัดอีสานใต้มี 2 รูปแบบ คือ การพัฒนาแบบกลุ่มและการพัฒนาเป็นรายบุคคล





โดยรวมการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอีสานใต้นั้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ การศึกษานอกสถานที่ การฝึกอบรมและการประชุมนิเทศ และเมื่อแยกพิจารณาเป็นกลุ่มและรายบุคคลถึงการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในกลุ่มอีสานใต้ พบว่า รูปแบบการพัฒนากลุ่ม ได้แก่ การศึกษานอกสถานที่ การฝึกอบรม และการประชุมนิเทศ ส่วนการพัฒนาบุคลากรรายบุคคล ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การฝึกอบรมและการศึกษานอกสถานที่

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบกลุ่มและรายบุคคลยังไม่มีรูปแบบการปฏิบัติที่ชัดเจน และงบประมาณในการดำเนินการมีน้อย จึงควรมีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคลในทุกๆ กิจกรรมจนมีความเข้มแข็งสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดให้มีรูปแบบการพัฒนาที่เด่นชัดเป็นรูปธรรมและมีความต่อเนื่อง

องค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการประสานงานกับบุคคลและหน่วยงานในพื้นที่ เช่น เจ้าหน้าที่ยกเทศร องค์กรบริหารส่วนตำบล ตัวแทนเกษตรกร เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พัฒนาบุคลากรทางการเกษตร ภาครัฐและเอกชน ควรร่วมมือจัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ จัดให้มีการศึกษาดูงานนอกพื้นที่เพื่อรับแนวคิดใหม่มาปรับใช้ในพื้นที่

แนวทางการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอีสานใต้

แนวทางการพัฒนาของภาครัฐ มีดังนี้ 1) ต้องให้ความรู้บุคลากรให้เข้าใจรูปแบบในการพัฒนากลุ่ม 2) ให้ใช้ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลจัดทำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม โดยส่วนราชการ องค์กรบริหารส่วนตำบลเป็นศูนย์สนับสนุนงบประมาณหลัก 3) ระบบการพัฒนาควรจัดสรรงบประมาณให้ครอบคลุมอย่างต่อเนื่องทุกกระบวนการและจริงจังตลอดเวลา



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ภาคเอกชน เกษตรกร เจ้าของกิจการ มีแนวทางการพัฒนาบุคลากรดังนี้
1) มีการประสานงานและแบ่งภาระความรับผิดชอบให้ชัดเจน 2) มีการสนับสนุนอย่างจริงจัง 3) จัดให้มีการอบรมหลายๆ หน่วยงานเพื่อเสนอแนะและหาทางออกร่วมกัน 4) จัดให้มีการศึกษาดูงานและการฝึกอบรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหาแนวทางพัฒนาร่วมกัน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น ตลอดจนสร้างและขยายเครือข่ายให้แพร่หลายมากขึ้น

หลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมในอีสานใต้

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ยังขาดผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ที่ลึกซึ้งในพื้นที่การท่องเที่ยวอื่นๆ จึงทำให้การดำเนินการนำเที่ยวพบกับปัญหาบ่อยครั้ง “การให้การศึกษา” จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว โดยผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวจำเป็นต้องทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ เป็นอย่างดี เขตอีสานใต้ของประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นเขตที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่แฝงด้วยวัฒนธรรมขอมซึ่งมีความโดดเด่นมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ในประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวในอีสานใต้มักจะพบกับปัญหาเกี่ยวกับผู้นำเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกในพื้นที่การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรังมานาน ดังนั้น หากมีหลักสูตรเพื่อใช้สำหรับการพัฒนาความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ก็จะสามารถทำให้กลไกการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวมีความเจริญก้าวหน้า ซึ่งจากผลการศึกษาของจิตติมาภรณ์ โสมะเกษตริน และคณะ (2550) พบว่า ลักษณะของหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตอีสานใต้) ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่สามารถให้ความรู้ในระยะเวลา 7 วัน โดยอบรมวันละ 6-7 ชั่วโมง และฝึกปฏิบัติตามแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอีก 3 วัน รวมทั้งสิ้น 10 วัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายควรจะเป็นประชาชนในเขตพื้นที่ ไม่จำเป็นต้องเป็นเด็กนักเรียนมัธยมศึกษา หรือข้าราชการในหน่วยงานต่างๆ แต่ทุกคนสามารถที่จะทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของตนได้



เทิดชาย ช่วยบำรุง



โครงสร้างของหลักสูตรที่จำเป็น ควรมีการศึกษาในด้านวัฒนธรรมของภาษา การแต่งกาย ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต บ้านเรือนที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ที่สามารถเชื่อมโยงกันในทุกจังหวัด (เส้นทางวัฒนธรรมขอม) เป็นสำคัญ โดยคง ความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่และสอดคล้องกันระหว่างสิ่งที่ จำเป็นต้องได้รับการอบรมกับสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่มีความทันสมัยและสามารถ ให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ โดยโครงสร้างและรูปแบบของ หลักสูตร ควรมีเวลาในการศึกษาอย่างน้อย 10 วัน รวม 70 ชั่วโมง โดยจำแนกออกเป็นภาคทฤษฎี จำนวน 49 ชั่วโมง และภาคปฏิบัติ จำนวน 21 ชั่วโมง ดังตาราง 12

ตาราง 12 โครงสร้างและรูปแบบหลักสูตร

รายวิชา	จำนวนชั่วโมง
ภาคความรู้พื้นฐาน	
ภาษาเพื่อการสื่อสาร	14
ประวัติและความรู้พื้นฐานของจังหวัดในอีสานใต้	7
รวม	21
ความรู้ทางวิชาการ	
ความรู้พื้นฐานด้านวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้	3
ประเพณีท้องถิ่น	3
การละเล่นท้องถิ่น	3
การแต่งกายพื้นเมืองตามวัฒนธรรมขอม	3
การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม	3
ภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว	3
เส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม	3
รวม	21
ความรู้เฉพาะอาชีพ	
ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพมัคคุเทศก์/นักสื่อความหมายท้องถิ่น	7
รวม	7



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

รายวิชา	จำนวนชั่วโมง
ภาคปฏิบัติ	
การฝึกจริงจากสถานที่ท่องเที่ยวในอีสานใต้ (จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี)	21
รวม	21

ที่มา : จิตติมาภรณ์ โสมะเกษตริณ และคณะ, 2550

กรอบเนื้อหาสาระของหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตอีสานใต้) ในแง่ของวัฒนธรรมนั้น กรอบเนื้อหาที่สำคัญของหลักสูตร คือ วัฒนธรรมของภาษา การแต่งกาย ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต บ้านเรือนที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่สามารถเชื่อมโยงกันในทุกจังหวัด (เส้นทางวัฒนธรรมขอม)

ความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่จำเป็นต้องให้การอบรมเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นปัจจุบันและมีความทันสมัย สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ โดยสามารถสร้างเป็นหลักสูตรระยะสั้นแยกเป็น 4 ภาคความรู้ คือ ภาคที่ 1 ภาคความรู้พื้นฐาน ได้แก่ วิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร วิชาประวัติและความรู้พื้นฐานของจังหวัดในอีสานใต้ ภาคที่ 2 ภาคความรู้ทางวิชาการ ได้แก่ วิชาความรู้พื้นฐานด้านวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้ วิชาประเพณีท้องถิ่น วิชาการละเล่นท้องถิ่น วิชาการแต่งกายพื้นเมืองตามวัฒนธรรมขอม วิชาการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม วิชาภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว วิชาเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม ภาคที่ 3 ภาคความรู้เฉพาะอาชีพ ได้แก่ วิชาชีพมัคคุเทศก์ และภาคที่ 4 ภาคการศึกษานอกสถานที่ ได้แก่ วิชาฝึกปฏิบัติจริงจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเขตอีสานใต้

การนำหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมเขตอีสานใต้ไปใช้ประโยชน์

แนวทางการนำหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตอีสานใต้) ไปใช้ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้กับการจัดการอบรมในการพัฒนาผู้นำการท่องเที่ยว (มัคคุเทศก์ท้องถิ่น) ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทุกระดับ ทั้งภาคราชการ





วิสาหกิจและชุมชนท้องถิ่น โดยจะต้องเริ่มที่กระบวนการจัดการหรือการบริหาร
หลักสูตรการท่องเที่ยว ซึ่งนโยบายของหน่วยงานต่างๆ ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วม
ในการบริหารจัดการ และจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดกระบวนการเรียนรู้
ภายในชุมชนตามสภาพปัญหาชุมชน ความต้องการของท้องถิ่นและความต้องการของ
ผู้เรียนและส่งเสริมให้จัดทำหลักสูตรการจัดการอบรมในการพัฒนาผู้นำการท่องเที่ยว
(มีคุณศัพท์ท้องถิ่น) ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน สังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่ง
จะก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่ดีของสังคม ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

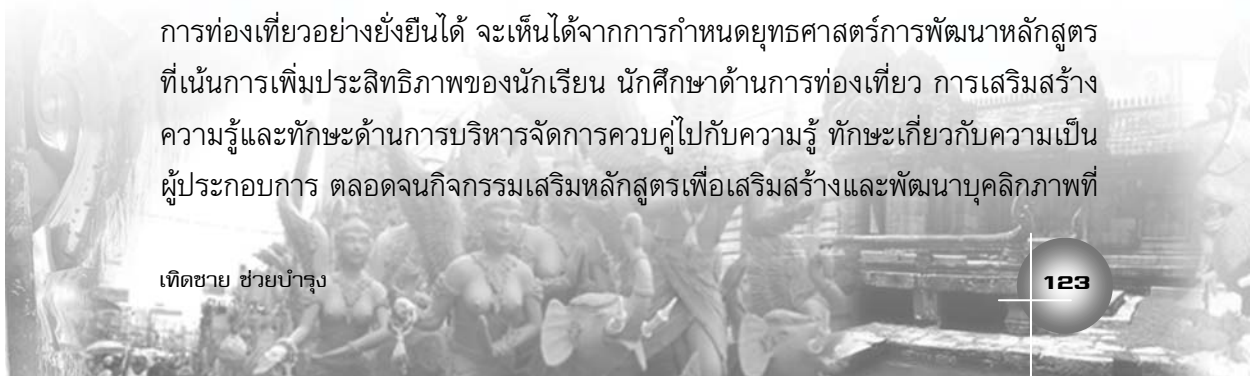
หลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมที่ถูกพัฒนาขึ้นจะมีประโยชน์ต่อ
การฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่อาศัยในท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อาศัยในท้องถิ่นนั้นๆ
เกิดความรัก เข้าใจกระบวนการอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ดำรงอยู่และ
สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นได้ แต่ต้องมีเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคล
เข้ารับการอบรมตามหลักสูตร ดังนี้

1. เป็นบุคคลในท้องถิ่น (ชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่นตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ)
2. เป็นบุคคลที่มีพื้นฐานการศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไป
3. เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในบริบทท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
4. มีความรู้พื้นฐานทางภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาถิ่น
5. ในการจัดอบรมตามหลักสูตรแต่ละครั้งผู้จัดอบรมสามารถตรวจสอบ

พื้นฐานความรู้ก่อนการจัดอบรมตามหลักสูตรดังกล่าว โดยคำนึงถึงพื้นฐานความรู้
เป็นหลัก

การพัฒนาศักยภาพคนในท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอีสานใต้

รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ
โดยเฉพาะการพัฒนา “คน” ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิด
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ จะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตร
ที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของนักเรียน นักศึกษาด้านการท่องเที่ยว การเสริมสร้าง
ความรู้และทักษะด้านการบริหารจัดการควบคู่ไปกับความรู้ ทักษะเกี่ยวกับความเป็น
ผู้ประกอบการ ตลอดจนกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาบุคลิกภาพที่



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

เหมาะสมกับงานการท่องเที่ยวและโรงแรม ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยว
สู่สากล รวมทั้งยุทธศาสตร์เตรียมความพร้อมของชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพ ใน
การบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจากผลการศึกษาของศักดิ์ศิริ
นันตะสุข และคณะ (2550) พบว่า ศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการมีมนุษยสัมพันธ์
ความมั่นใจช่วยเหลือกิจกรรมเพื่อพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชน การให้ความสนใจและ
เป็นห่วงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน และความสามัคคี
รักท้องถิ่น แต่ความเป็นผู้นำและเป็นผู้ตามมีศักยภาพในระดับปานกลาง รวมถึง
ศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับ
ปานกลางเช่นเดียวกัน สำหรับด้านการพึ่งตนเอง ได้แก่ การแนะนำให้นักท่องเที่ยว
ซื้อสินค้าของที่ระลึกหรือเข้ารับบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรม
หรือปรับกิจกรรมการหารายได้ที่มีอยู่แล้วในชุมชน และการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้อง
การท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น คนในท้องถิ่นมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
ทั้งทางในด้านบวกและด้านลบ อีกทั้งยังแสดงความเป็นห่วงเกี่ยวกับผลกระทบที่
เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่
อย่างไรก็ตาม คนในท้องถิ่นก็มองเห็นศักยภาพด้านวัฒนธรรม ความเป็นอยู่และ
แหล่งธรรมชาติที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกัน ผู้นำท้องถิ่นและคนใน
ท้องถิ่นส่วนหนึ่งยังมองไม่เห็นคุณค่าและโอกาสดังกล่าว

ความต้องการการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอีสานใต้

แม้คนในท้องถิ่นมีศักยภาพมากในด้านบุคลิกภาพ แต่ก็ยังมีความต้องการ
พัฒนาศักยภาพในด้านนี้อยู่มาก ส่วนความต้องการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้
ความเข้าใจ ด้านการบริหารจัดการและด้านการพึ่งตนเองอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน
การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งระบบราชการ ประเด็นสำคัญที่ต้องการพัฒนาอย่างเร่งรีบ
ด้านความรู้ ความเข้าใจ ได้แก่ การสร้างความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ การจัดการ
การท่องเที่ยว ฐานข้อมูล การใช้ประโยชน์ทรัพยากรร่วมกันและการสร้าง
ความตระหนักการรู้คุณค่าท้องถิ่นของตนเอง ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การรักษา



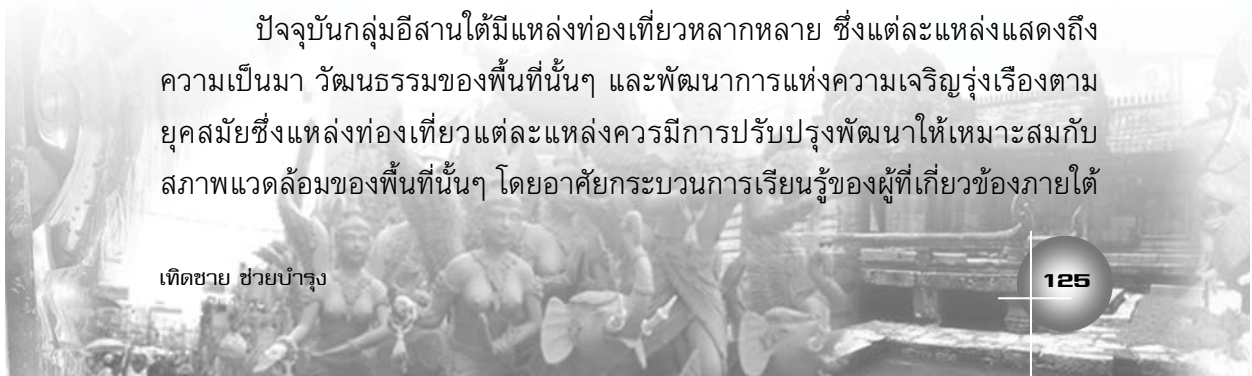


ธรรมชาติ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นสัดส่วนและการบริการนักท่องเที่ยวและด้านการพึ่งตนเอง ได้แก่ การสร้างและการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ตามสภาพท้องถิ่น

คนในท้องถิ่นมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ ทัศนคติเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนท้องถิ่นเอง จึงเป็นข้อค้นพบที่ว่า คนในท้องถิ่นยังมีความรู้ความเข้าใจและมีศักยภาพด้านบริหารจัดการระดับปานกลาง แต่มีความต้องการพัฒนาระดับมาก และยังหวังพึ่งระบบราชการในการพัฒนา ประกอบกับในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นกลุ่มเฉพาะ ด้านคนในชุมชนที่มีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก็ยังมีไม่เพียงพอ จึงควรเร่งพัฒนาศักยภาพของคนให้มีความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อไป อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินการให้สำเร็จโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งคงไม่ได้ จึงต้องอาศัยความร่วมมือในเชิงพหุภาคีเพื่อร่วมมือกันดำเนินการโดยมีเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้

จากผลการศึกษาการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยว กระบวนการวางแผนพัฒนาการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวอีสานใต้ เป็นการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน เป็นการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจ อำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเพิ่มขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวให้แก่ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน เพื่อร่วมกันพัฒนาประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลก

ปัจจุบันกลุ่มอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ซึ่งแต่ละแหล่งแสดงถึงความเป็นมา วัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ และพัฒนาการแห่งความเจริญรุ่งเรืองตามยุคสมัยซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นๆ โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อชุมชน โดยเฉพาะกระบวนการวางแผนพัฒนาการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวถือได้ว่า เป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวของอีสานใต้สู่ความยั่งยืนอย่างบูรณาการ

ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตโดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในอีสานใต้ ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว การตระหนักถึงปัญหาความเสื่อมโทรม การลงใจทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว การได้รับการชักชวนจากบุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้นำชุมชน การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ทักษะที่มีต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม (อาชีพ รายได้) ซึ่งมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเกิดความเข้าใจ เห็นความสำคัญและตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง รวมทั้งการเสริมสร้างค่านิยม ทักษะที่ดีต่อการท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม

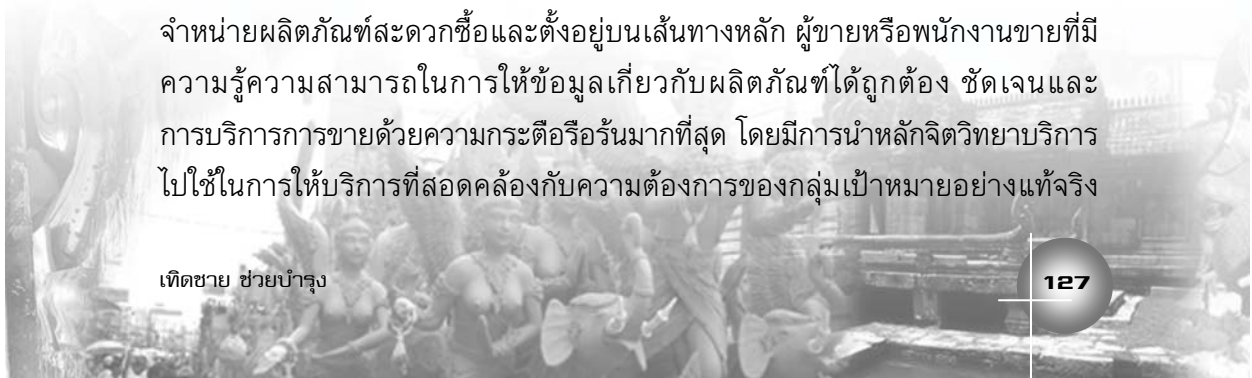
สำหรับบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในอีสานใต้พบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มาก ในด้านการมีส่วนร่วม การจัดการพื้นที่ กิจกรรมและกระบวนการ โดยมีส่วนร่วมในการแสดงบทบาทการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) มากที่สุด ในขณะที่บทบาทในด้านการส่งเสริมให้หน่วยงานภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) ต่ำสุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทน้อยที่สุดในด้านพื้นที่ กิจกรรมและกระบวนการ ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว





ในการแสดงบทบาทขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นพบว่า อยู่ในขอบเขตที่ค่อนข้างจำกัดในด้านการมีส่วนร่วม การจัดการ พื้นที่ กิจกรรมและกระบวนการ ในบางกรณีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพร้อมเข้าดำเนินการแต่ความคิดเห็นในการบริหารจัดการไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ความคิดเห็นไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกันของหน่วยงานในพื้นที่ มีผลทำให้การบริหารจัดการขาดความเป็นเอกภาพ ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องจึงมีความคาดหวังว่าอยากจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในด้านการมอบความไว้วางใจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการบริหารงานด้วยตนเองและให้อำนาจในการดูแลและจัดการได้มากขึ้น โดยรัฐให้เป็นอิสระในการบริหารจัดการตามบริบทของชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิสำเนาเดิม และประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการพัฒนาบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาทิ การวางแผนพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การจัดการฝึกอบรม/สัมมนา/ประชุม ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับระดับอายุหรือวัย และประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะการจัดหลักสูตรที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้เกิดการพัฒนาบทบาทในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับรูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในอีสานใต้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึกที่ร้าน รองลงมา คือ บริการจำหน่ายสินค้าตามงานเทศกาล บริการตามผลิตภัณฑ์ และบริการตามสถานที่ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อและตั้งอยู่บนเส้นทางหลัก ผู้ชายหรือพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง ชัดเจนและการบริการการขายด้วยความกระตือรือร้นมากที่สุด โดยมีการนำหลักจิตวิทยาบริการไปใช้ในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านมัลติมีเดีย การจัดแสดงนิทรรศการ การขายโดยผ่านกระบวนการท่องเที่ยวแบบต่างๆ การสร้างความหมายและความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การขายโดยผ่านเครือข่าย เป็นต้น

ในการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมและสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้คงคุณค่าและรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างองค์กรท้องถิ่น ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและชุมชนในการดำเนินการจัดการสุนทรียศาสตร์และภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวอันเป็นการสร้างฐานความยั่งยืนของการพัฒนาในพื้นที่ ดังนั้นการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและอุตสาหกรรมสิ่งทอ การพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และการพัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตร ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในอีสานใต้ที่จะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ในสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมามีพบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมที่ยังขาดความสมดุลระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน จากผลการศึกษาพบว่า บริบทของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ที่ตั้งและการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน บริการเกื้อหนุน และทัศนคติของเจ้าบ้าน

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ความมีสุนทรียศาสตร์ของอีสานใต้เป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะสุนทรียศาสตร์สามารถทำให้นักท่องเที่ยวซาบซึ้งถึงเสน่ห์ในวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการรักษาคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ ทราบถึงคุณค่าของความเป็นมาและความสำคัญของพื้นที่และวัฒนธรรมชุมชน การนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนอย่างแท้จริงของอีสานใต้อย่างชัดเจน มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์

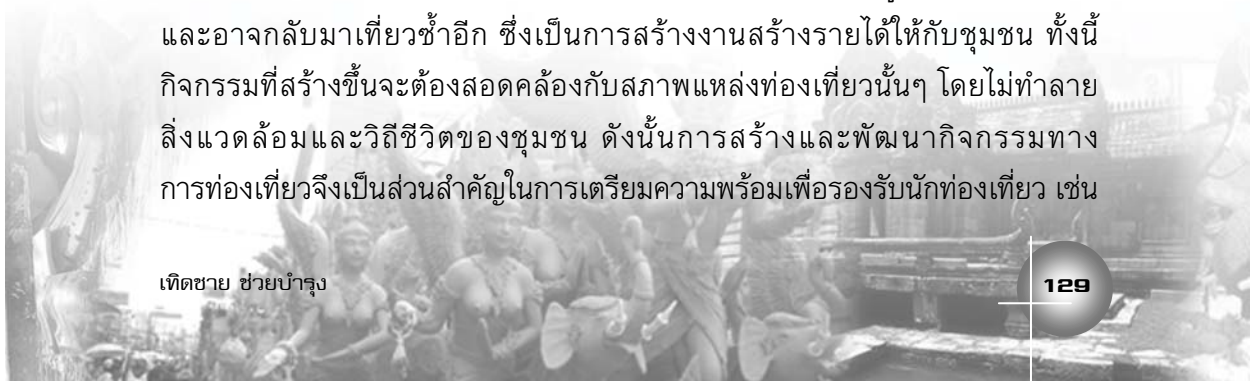




การท่องเที่ยวมีแนวทางในการจัดการอย่างเหมาะสมต่อไป และจากการประเมินความมีสุนทรียศาสตร์ของอีสานใต้ พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 4 ซึ่งหมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตาต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง ในด้านความงดงามและความน่า สนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพันธุ์ไม้พื้นเมือง ความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น เมื่อเปรียบเทียบความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กล่าวคือ สุนทรียศาสตร์เป็นความซาบซึ้งในคุณค่าความงามที่เกิดจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเรื่องที่ชุมชนสร้าง จึงต้องช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวก็ต้องการเสพลสิ่งนี้ โดยเฉพาะความเป็นตัวตนที่แท้จริงของชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทรงคุณค่าของชีวิต โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้เกิดความเข้าใจและซาบซึ้งในคุณค่าและความงดงามของชีวิตที่แตกต่างกัน

การพัฒนาและจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเพลิดเพลินและมีส่วนร่วม ดังนั้น หากมีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในพื้นที่นั้นนานขึ้น และอาจกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งนี้ กิจกรรมที่สร้างขึ้นจะต้องสอดคล้องกับสภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้นการสร้างและพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การพัฒนาถนนหนทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย การสร้างความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้นให้นักท่องเที่ยวในการศึกษาเส้นทางหรือแผนที่สำหรับการเดินทางล่วงหน้าเพื่อความสะดวกในการเดินทางและป้องกันการหลงทาง การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อและปฏิบัติตนให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เป็นต้น

อีสานใต้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง เนื่องจากช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมือง คู่พระพุทธศาสนา มีคุณค่าต่อชาวโลกด้านวัฒนธรรมประเพณีมาทุกยุคทุกสมัย จนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดมาจนปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างส่วนใหญ่จะประสบปัญหาการไม่มีพื้นที่เลี้ยงช้าง เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลายและป่าไม้ที่มีอยู่บางส่วน ก็เป็นพื้นที่ป่าส่วนบุคคล จึงเป็นสาเหตุให้มีอาหารช้างไม่เพียงพอ ทำให้ช้างออกเร่ร่อนตามเมือง บ้างก็ออกรับงานแสดงตามปางช้างต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามโอกาสในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ยังคงมีจุดแข็งในด้านของความโดดเด่นของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งควรมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยสรุปดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้มีการปลูกป่า รักษาแหล่งน้ำ เพื่อรักษาสภาพพื้นที่ให้ช้างมีอาหารและที่อยู่ตามธรรมชาติ
- 2) พัฒนาแหล่งรวบรวมข้อมูล เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของช้าง ชีววิทยาและธรรมชาติวิทยาของช้าง ตลอดจนประวัติความเป็นมาของชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับช้าง วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักถึงความสำคัญของช้างให้เป็นแหล่งความรู้
- 3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จัดทำรายการท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง วัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตของคนและช้างและควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือ แผ่นพับ ป้ายบอกทางให้กับชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น
- 4) การพัฒนาความพร้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ เช่น สถานที่หรือสภาพแวดล้อม ตัวอาคารและโรงเรือนสินค้าที่นำมาจำหน่าย เป็นต้น



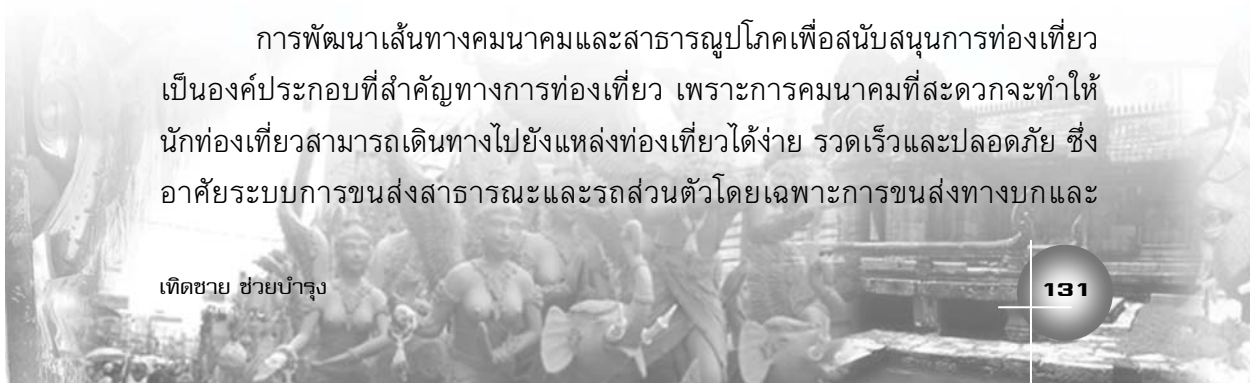


ในการพัฒนานวนอุทยาน อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าในอีสานใต้พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกำลังได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะชมธรรมชาติ ป่าไม้ ภูเขา ในเขตนวนอุทยาน อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของพืช และสัตว์ป่า ที่มีคุณค่าทั้งในเชิงวิทยาศาสตร์ เศรษฐกิจและนิเวศวิทยา หากจะพิจารณาในแง่ของการเป็นพื้นที่อนุรักษ์แล้ว ถือว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งในการรักษาเสถียรภาพเชิงนิเวศวิทยา และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ พื้นที่อนุรักษ์เหล่านี้ ยังเป็นสถานที่ที่พิเศษสุดสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นแหล่งเรียนรู้อีกด้วย

ในการจัดการอุทยานแห่งชาติ นวนอุทยานและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สิ่งแรกที่เจ้าหน้าที่หรือเจ้าของบ้านต้องคำนึงถึง คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความต้องการในด้านความสะดวก ความสะดวกและความปลอดภัยเหมือนกัน แต่มีความต้องการที่แตกต่างกันในด้านการเดินทาง ที่พัก อาหารและแหล่งท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการการพักผ่อนเปลี่ยนอิริยาบถหรือบรรยากาศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ

รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติและนวนอุทยาน มีแนวปฏิบัติที่ใกล้เคียงกัน เพราะเป็นแนวนโยบายจากกระทรวงหรือกรมต่างๆ ซึ่งมีการแบ่งงานในด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว งานบริการด้านความปลอดภัย กิจกรรมและนันทนาการ การสื่อความหมาย ป้ายการประชาสัมพันธ์ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ การบริการบ้านพัก การบริการอาหาร การคมนาคมขนส่ง ยกเว้นในส่วนของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าที่ค่อนข้างเข้มงวดกับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว โดยจะเน้นกิจกรรมศึกษาธรรมชาติเป็นหลัก

การพัฒนาเส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว เพราะการคมนาคมที่สะดวกจะทำให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย รวดเร็วและปลอดภัย ซึ่งอาศัยระบบการขนส่งสาธารณะและรถส่วนตัวโดยเฉพาะการขนส่งทางบกและ



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์ร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ทางอากาศซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในภาคอีสาน อย่างไรก็ตามในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมี
สาธารณูปโภคที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ จึงจะดึงดูดนักท่องเที่ยว
ให้เดินทางมาเยือนได้ โครงสร้างพื้นฐานที่ดีของการท่องเที่ยวย่อมสนับสนุนให้
การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วใน
การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใดที่ขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ดี
รองรับ ก็จะไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในการเดินทางเพื่อ
การท่องเที่ยว โครงสร้างดังกล่าวประกอบด้วย ระบบไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร
ระบบสาธารณสุขและระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งระบบการขนส่งเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งใน
การนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า การเดินทางไป
ยังจังหวัดต่างๆ ในอีสานใต้สามารถเดินทางได้ทั้งทางราง ทางบกและทางอากาศ
อย่างไรก็ตามการเดินทางทางอากาศซึ่งมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีราคาต่ำโดยสารไม่
แพงนัก อาจไม่เกิดผลดีต่อกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มากนักเพราะนักท่องเที่ยวอาจใช้อีสาน
ใต้เป็นเพียงทางผ่านเพื่อเดินทางไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางหลัก
ในการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม

สำหรับระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในอีสานใต้นั้น โดยภาพรวมพบว่า
ระบบสาธารณูปโภคในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอต่อการให้บริการ แต่หากแยก
ประเภทจะพบว่า ระบบโทรศัพท์สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มากและ
ตู้โทรศัพท์สาธารณะบางแห่งไม่สามารถใช้งานได้ แต่ก็นับว่าเพียงพอต่อการท่องเที่ยว
ระบบสัญญาณของแต่ละเครือข่ายก็มีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น มีการขยาย
ช่องสัญญาณมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีป้ายสัญญาณของค่ายโทรศัพท์บาง
ค่ายแสดงให้เห็นชัดเจน ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งไม่ใช้ระบบน้ำประปา แต่
ใช้ระบบน้ำบาดาลหรือไม่ก็เป็นการสูบน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติเข้าสู่ระบบน้ำของ
แหล่งท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจะไม่มีความสะอาดมากนัก แต่ก็มีปริมาณที่เพียงพอต่อ
การให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนระบบไฟฟ้าโดยภาพรวมแล้วนั้นพบว่ามีความเพียงพอ
เพราะเป็นระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ครอบคลุมทุกพื้นที่อยู่แล้ว

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและศูนย์รวมข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็น
สิ่งจำเป็นยิ่งในระบบการท่องเที่ยว ซึ่งหากได้รับการพัฒนาและจัดการที่ดีจะส่งเสริม
ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ

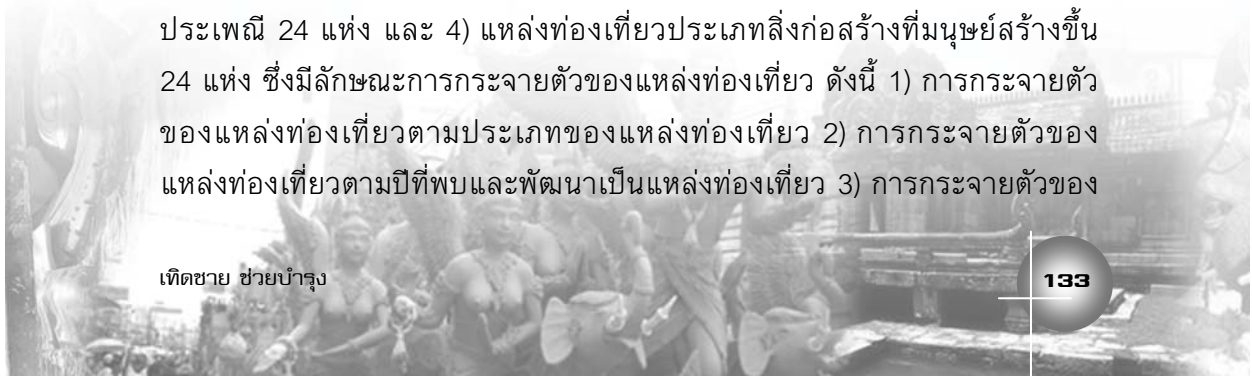




เดินทาง ทั้งข้อมูลด้านที่พัก การเดินทาง ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ดังนั้น หากกระบบฐานข้อมูลสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นนี้ได้และมีการจัดการที่ดี ก็จะอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจแก่นักท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับการใช่และความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ เนื่องจากความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวตลอดจนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในพื้นที่อีสานใต้ ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและมีจุดเด่นที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม สถานที่ในแต่ละจังหวัดสามารถนำมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรได้รับสารสนเทศก่อนเดินทางและขณะท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ความปลอดภัยและเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์ต่อไปยังนักท่องเที่ยวรุ่นต่อไป

สำหรับปัญหาการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประสบปัญหาในการใช้สารสนเทศที่คล้ายคลึงกัน คือ ปัญหาแหล่งสารสนเทศที่ให้บริการ โดยเฉพาะสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เข้าใจข้อมูลหรือความรู้ที่เป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบปัญหาสารสนเทศที่เป็นภาษาอังกฤษมีไม่เพียงพอซึ่งเป็นปัญหาในระดับน้อย

ในการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ ผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 100 แห่ง 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวน 120 แห่ง 3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลป วัฒนธรรมและประเพณี 24 แห่ง และ 4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น 24 แห่ง ซึ่งมีลักษณะการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ 1) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว 2) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) การกระจายตัวของ





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์ร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และ 4) การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามระยะทางจากตัวจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวใน 4 ลักษณะ ดังนี้ 1) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าปัจจุบันอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ กระจายตัวอยู่หนาแน่นมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น คือ ประเภทธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี และประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น 2) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่าความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ 3) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับปีที่พบและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในอนาคตแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี จะมีความหนาแน่นมากขึ้น และ 4) แนวโน้มการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามระยะทางจากตัวจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระยะทาง 0-50 กิโลเมตร จะมีความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นและประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

ในการจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสมดุลระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งควรคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม วิถีชุมชนและผลกระทบแง่ลบในด้านต่างๆ การจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นสำคัญในการที่จะรักษาและคงไว้ซึ่งความงดงามและสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นนั้นอย่างยั่งยืน

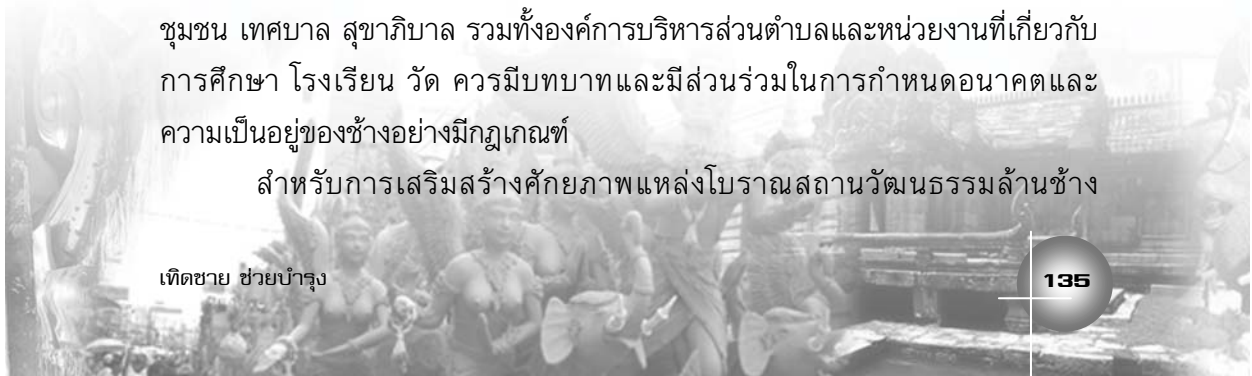
การท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างนับเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ และสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในประเทศไทยได้ โดยเฉพาะในอีสานใต้ เพราะนักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการการท่องเที่ยวแบบระยะยาว เพื่อจะได้มีโอกาสในการมีส่วนร่วมเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมต่างๆ การผลิตสินค้า เป็นต้น การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้าง เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบ





หนึ่งที่สามารถจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบระยะยาวได้ (Long Stay Program) ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนที่มีศักยภาพที่เหมาะสมในการรองรับการท่องเที่ยวแบบการพำนักระยะยาวในอีสานใต้ ได้แก่ ชุมชนบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์ เป็นชุมชนที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านข้อมูล โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรม โดยมีศูนย์ควบคุมและกำกับดูแลช้างในชุมชนและความพร้อมของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น รองลงมาเป็นชุมชนบ้านกระโพ ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์ และชุมชนบ้านศาลา ตำบลกระโพ อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาอุปสรรคปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบการพำนักระยะยาวของชุมชนเลี้ยงช้างในอีสานใต้ พบว่า 1) ผู้นำท้องถิ่นทั้งระดับผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด ขาดความเป็นเอกภาพในการทำงาน มีความขัดแย้งกันในเชิงวิธีคิด แนวทางปฏิบัติและการบริหารจัดการ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาชุมชน 2) บุคลากร ขาดความรู้ ความเข้าใจที่แท้จริงในการบริหารจัดการศูนย์คชศึกษา 3) การบริหารจัดการช้างเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ควรให้ผู้ที่เป็นปราชญ์ของช้าง หรือผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือของคนเลี้ยงช้าง เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในศูนย์คชศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งทั้ง 3 ประการ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรมีการนำมติและแนวทางปฏิบัติที่ได้จากการประชุมหารือกัน ไปดำเนินการโดยไม่ขัดต่อระเบียบ 4) เร่งเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ โดยแสดงให้เห็นถึงคุณค่าความสำคัญของอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นชาวกูย ที่มีต่อท้องถิ่นและประเทศชาติ อาจโดยการอบรมหรือจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นเกี่ยวกับช้าง ในระยะสั้นหรือระยะยาวต่อไป 5) ยกกระดับหลักสูตรคชศึกษาท้องถิ่น ให้เป็นหลักสูตรของจังหวัด ที่ทุกคนในจังหวัดจะได้ศึกษาในเชิงลึก เช่น เทคนิคการฝึกช้าง การดูแลรักษาช้าง สมุนไพรเกี่ยวกับช้าง ขั้นตอนในพิธีปะกำช้าง ภาษาเกี่ยวกับช้าง เป็นต้น และ 6) การบังคับใช้ตัวบทกฎหมายด้านการซื้อขายคชบัตร การนำช้างออกจากพื้นที่และกฎหมายสาธารณสุขเกี่ยวกับช้าง ชุมชน เทศบาล สุขาภิบาล รวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โรงเรียน วัด ควรมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตและความเป็นอยู่ของช้างอย่างมีกฎเกณฑ์

สำหรับการเสริมสร้างศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีสานใต้ นับเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีความเจริญของแหล่งอารยธรรมสำคัญของประเทศ โดยเฉพาะอารยธรรมของอาณาจักรขอมโบราณ ดังปรากฏร่องรอยหลักฐานทางศิลปกรรมให้เห็นจำนวนมาก ทั้งที่สร้างขึ้นในรูปแบบของเทวสถานในศาสนาฮินดูและพุทธสถานนิกายมหายาน ซึ่งปัจจุบันได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่และเป็นที่รู้จักแพร่หลายของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้ง ในบริเวณอีสานใต้ยังได้ปรากฏศิลปกรรมอีกกลุ่มหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมแบบล้านช้างซึ่งครอบคลุมพื้นที่ของประเทศลาวและบางส่วนของภาคอีสาน ซึ่งเป็นศิลปกรรมที่สร้างขึ้นภายหลังจากที่อิทธิพลทางวัฒนธรรมของอาณาจักรเขมรโบราณได้เสื่อมลงไปแล้ว ศิลปกรรมเหล่านี้สร้างขึ้นเกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนานิกายหินยาน ส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานในรูปแบบของพระธาตุ (เจดีย์) และสิม (โบสถ์) ซึ่งพบเป็นจำนวนมากหลายแห่งและกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ โดยแหล่งศิลปกรรมดังกล่าวยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อย ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะขาดข้อมูลของแหล่งศิลปกรรม ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่อาจพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีจำนวนทั้งสิ้น 19 แห่ง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มพระธาตุหรือปราสาท 8 แห่ง กลุ่มสิม (โบสถ์) 9 แห่ง และกลุ่มหอไตร 2 แห่ง

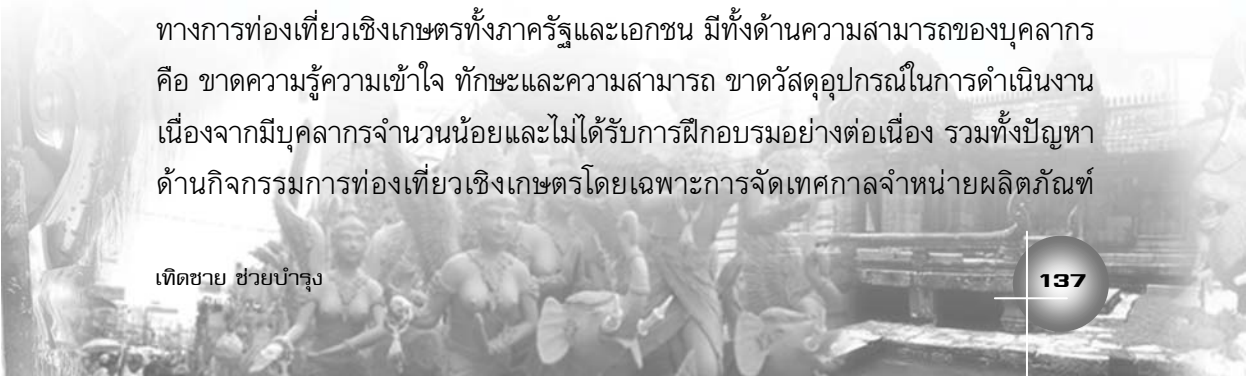
โบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้ ส่วนใหญ่มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงส่วนใหญ่เกี่ยวกับความสำคัญของโบราณสถาน เช่น มีรูปแบบทางศิลปะ ฝีมืองานช่าง แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นแหล่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีตหรือมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่น ส่วนด้านที่มีศักยภาพค่อนข้างน้อยส่วนใหญ่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของที่ระลึกหรือศูนย์การค้าขนาดเล็ก ศูนย์อาหารที่ถูกลุกลักษณะที่พักรวมสำหรับนักท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นโดยเฉพาะโบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมล้านช้างในพื้นที่อีสานใต้ส่วนใหญ่มีขนาดค่อนข้างเล็กและกระจายอยู่ในพื้นที่กว้าง การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับ





แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น รวมทั้งการเชื่อมโยงกับแหล่งวัฒนธรรมต้นแบบในประเทศลาว โดยอาศัยความสัมพันธ์ของแหล่งโบราณสถานทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม กับประเทศเพื่อนบ้านในการเชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวเข้าด้วยกันโดยเฉพาะกับพื้นที่ของประเทศลาวตอนล่าง ซึ่งมีแหล่งโบราณสถานหลายแห่งที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ เช่น ปราสาทวัดภูและวัดภูอาสา ในแขวงจำปาสัก พระธาตุพนมจำลอง หอไตรบ้านหนองลำจังและพระธาตุอิงฮัง ในแขวงสะหวันนะเขต เป็นต้น ทั้งนี้หากสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเข้าด้วยกัน ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังอีสานใต้เพิ่มมากขึ้น

ในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชน ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งในทุกองค์กร การจะพัฒนาองค์กรต่อไปได้นั้น บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถเป็นฐานสำคัญ บุคลากรเป็นกลไกสำคัญในกระบวนการพัฒนาต่างๆ ของประเทศ โดยเฉพาะบุคลากรในภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นองค์กรที่สำคัญในการขับเคลื่อนของสังคม บุคลากรดังกล่าวต้องได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมกับสภาพและบทบาทของแต่ละคน การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นระบบการบริหารจัดการทางธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอีสานใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทและประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีพื้นที่เหมาะสมกับการทำเกษตรกรรม จึงมีการประกอบอาชีพด้านการเกษตรอย่างหลากหลาย ทั้งทำนา ทำสวน ทำไร่และการปศุสัตว์ เป็นต้น เหล่านี้ถือเป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ แต่เนื่องจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความรู้เฉพาะด้านการเกษตรแต่ขาดการเชื่อมโยงที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสู่การท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า สภาพปัญหาของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งภาครัฐและเอกชน มีทั้งด้านความสามารถของบุคลากร คือ ขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะและความสามารถในการดำเนินงาน เนื่องจากมีบุคลากรจำนวนน้อยและไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปัญหาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉพาะการจัดเทศกาลจำหน่ายผลิตภัณฑ์





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์ร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ทางการเกษตร

ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านความสามารถของบุคลากร ควรมีการเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สร้างความรู้ความเข้าใจและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการถ่ายทอดความรู้ ฝึกทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสาร การบริหารจัดการ และสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ในด้านการพัฒนากิจกรรมการเกษตร ซึ่งควรมีการดำเนินการในส่วนของสวนผลไม้และจัดเทศกาลจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร รวมทั้งองค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการประสานงานกับบุคคลและหน่วยงานในพื้นที่ เช่น เจ้าหน้าที่เกษตร องค์การบริหารส่วนตำบล ตัวแทนเกษตรกร เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พัฒนาบุคลากรทางการเกษตร ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันจัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ จัดให้มีการศึกษาดูงานนอกพื้นที่เพื่อรับแนวคิดใหม่มาปรับใช้ในพื้นที่ และจากการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอีสานใต้ ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) ให้ความรู้บุคลากรให้เข้าใจรูปแบบในการพัฒนากลุ่ม 2) ใช้ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล จัดทำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม โดยส่วนราชการ องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นศูนย์สนับสนุนงบประมาณหลัก 3) ระบบการพัฒนาควรจัดสรรงบประมาณให้ครอบคลุมอย่างต่อเนื่องทุกกระบวนการและจริงจังตลอดเวลา

สำหรับภาคเอกชน เกษตรกร เจ้าของกิจการ มีแนวทางการพัฒนาบุคลากร ดังนี้ 1) มีการประสานงานและแบ่งภาระความรับผิดชอบให้ชัดเจน 2) มีการสนับสนุนอย่างจริงจัง 3) จัดให้มีการอบรมหลายๆ หน่วยงานเพื่อเสนอแนะและหาทางออกร่วมกัน 4) จัดให้มีการศึกษาดูงานและการฝึกอบรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หาแนวทางพัฒนาร่วมกัน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น ตลอดจนสร้างและขยายเครือข่ายให้แพร่หลายมากขึ้น

ในการพัฒนาด้านวิชาการ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ยังขาดผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ที่ลึกซึ้งในพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ จึงทำให้การดำเนินการนำเที่ยวเกิดปัญหาบ่อยครั้ง “การให้การศึกษา” จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว โดยผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวจำเป็นต้องทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ เป็นอย่างดี ดังนั้นหากมีหลักสูตรเพื่อ



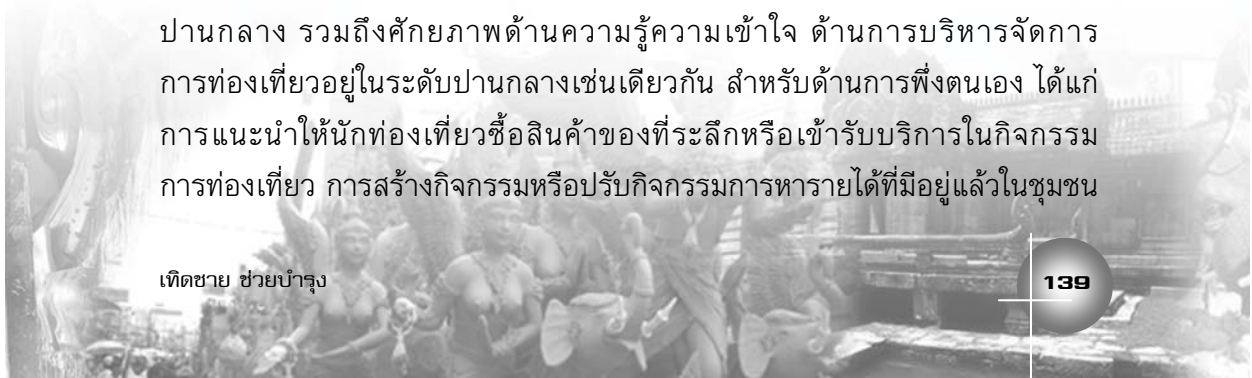


ใช้สำหรับการพัฒนาความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่จะสามารถทำให้กลไกการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวมีความเจริญก้าวหน้า ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ลักษณะของหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตนีลันไต) ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่สามารถให้ความรู้ในระยะเวลา 7 วัน โดยอบรมวันละ 6-7 ชั่วโมง และฝึกปฏิบัติตามแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอีก 3 วัน รวมทั้งสิ้น 10 วัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายควรจะเป็นประชาชนในเขตพื้นที่ ไม่จำเป็นต้องเป็นเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาหรือข้าราชการในหน่วยงานต่างๆ แต่ควรเป็นทุกคนที่สามารถจะทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นของตนได้

โครงสร้างของหลักสูตรที่จำเป็น ควรมีการศึกษาในด้านวัฒนธรรมของภาษา การแต่งกาย ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต บ้านเรือนที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่สามารถเชื่อมโยงกันในทุกจังหวัด (เส้นทางวัฒนธรรมขอม) เป็นสำคัญ โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่และสอดคล้องกันระหว่างสิ่งที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมกับสิ่งที่อยู่ในปัจจุบันที่มีความทันสมัยและสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้

หลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมที่ถูกพัฒนาขึ้นจะมีประโยชน์ต่อการฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อาศัยในท้องถิ่นนั้นๆ เกิดความรัก เข้าใจในกระบวนการอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยว ให้ดำรงอยู่และสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น

ในการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพคนในท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอีสานใต้ พบว่า ศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีน้ำใจช่วยเหลือกิจกรรมเพื่อพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชน การให้ความสนใจและเป็นห่วงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน และความสามัคคีรักท้องถิ่น แต่ความเป็นผู้นำและเป็นผู้ตามมีศักยภาพในระดับปานกลาง รวมถึงศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน สำหรับด้านการพึ่งตนเอง ได้แก่ การแนะนำให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าของที่ระลึกหรือเข้ารับบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมหรือปรับกิจกรรมการหารายได้ที่มีอยู่แล้วในชุมชน





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารอยย์ร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

และการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น คนในท้องถิ่นมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งทางในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ ทัศนคติเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนท้องถิ่นเอง จึงเป็นข้อค้นพบที่ว่า คนในท้องถิ่นยังมีความรู้ความเข้าใจและมีศักยภาพด้านบริหารจัดการระดับปานกลาง แต่มีความต้องการพัฒนาระดับมาก และยังหวังพึ่งระบบราชการในการพัฒนา ประกอบกับในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นกลุ่มเฉพาะ ด้านคนในชุมชนที่มีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก็ยังมีไม่เพียงพอ จึงควรเร่งพัฒนาศักยภาพของคนให้มีความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อไป อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินการให้สำเร็จโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งคงไม่ได้ จึงต้องอาศัยความร่วมมือในเชิงพหุภาคีเพื่อร่วมกันดำเนินการโดยมีเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

เมืองไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันสวยงามหลายแห่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่สำคัญ และงานประเพณีของแต่ละจังหวัด อีกทั้งยังมีผลไม้ นานาชนิดให้รับประทานกันตลอดทั้งปี ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบ แต่ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยก็คือ “ความปลอดภัย” ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุหรือความปลอดภัยจากอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะหากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาความเดือดร้อนถูกเอารัดเอาเปรียบและไม่ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยรวมของเมืองไทยและอาจสูญเสียรายได้ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น ในฐานะที่คนไทยเป็นเจ้าบ้าน จึงควรช่วยกันดูแลต้อนรับให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว มีความมั่นใจในความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้า แม่ค้า และให้





ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่ประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความปลอดภัยและอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้

จากผลการศึกษาของรุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ (2550) พบว่า ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้แบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ 1) ปัญหาในที่พัก 2) ปัญหาการเดินทาง 3) ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว 4) ปัญหาภัยธรรมชาติ 5) ปัญหายาเสพติด 6) ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง และ 7) ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยว โดยปัญหาที่พบมากที่สุด คือปัญหาด้านการเดินทาง โดยใช้รถจักรยานยนต์ที่คนขับและคนซ้อนไม่สวมหมวกนิรภัยและปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวดื่มสุราขณะ ขับรถ รองลงมา คือ ปัญหาด้านยาเสพติด ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกลและเปลี่ยว ปัญหาภัยธรรมชาติ เกี่ยวกับการมีน้ำท่วมและมีพายุ ปัญหาในที่พัก เรื่องการไม่มีโทรทัศน์วงจรปิด และสุดท้าย คือ ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยว เรื่องการพลาดเที่ยวบินเพราะสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวไม่เข้าใจและบริษัทนำเที่ยวไม่มีความรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบาย แต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนัก

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ส่วนใหญ่ มักมีภรรยาเป็นชาวไทย ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกัน เช่น ปัญหาการถูกหลอกลวงไทยลอก ปัญหาเรื่องทรัพย์สินและปัญหานักท่องเที่ยวต่างชาติดื่มสุราแล้วเกิดการทะเลาะวิวาทหรือเมาแล้วขับรถในช่วงเทศกาล เป็นต้น

ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้

ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้จำแนกเป็นปัญหาในที่พัก การเดินทาง ในแหล่งท่องเที่ยว ภัยธรรมชาติ บริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยว ดังตาราง 13-15





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ตาราง 13 ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่พบไม่บ่อย

ประเภท	ปัญหา
ปัญหาในที่พัก	- ไม่มีเครื่องดับเพลิงอยู่ในบริเวณที่พัก - ชาวนักท่องเที่ยวถูกข่มขืนในที่พัก - นักท่องเที่ยวถูกฆ่าเพื่อหวังทรัพย์สิน - ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวสูญหาย
ปัญหาการเดินทาง	- การเดินทางทางอากาศไม่มีพนักงานประจำเครื่องบินดูแลและให้คำแนะนำ - การเดินทางโดยรถทัวร์หรือรถโดยสารประจำทาง ผู้โดยสารกระโดดขึ้นหรือลงรถในขณะที่รถยังจอดไม่สนิท ไม่มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนการใช้งาน คนขับรถประมาทเลินเล่อและคิดคะแนนไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร จึงเกิดอุบัติเหตุบ่อย - รถยนต์ส่วนบุคคลขาดการศึกษาเส้นทางก่อนการเดินทางรถจักรยานยนต์ คนขับไม่เชี่ยวชาญ - การเดินทางโดยรถไฟ พนักงานให้บริการไม่ดี
ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว	- ในแหล่งท่องเที่ยวพนักงานท่องเที่ยวมักพบพิษมีพิษ - ไม่มีอาสาสมัครนำเที่ยวและหน่วยรักษาความปลอดภัย - ไม่มีหน่วยปฐมพยาบาล - ไม่มีแผงรั้วกัน - ไม่มีกฎระเบียบก่อนเข้าชม - ไม่มีการให้ความรู้ก่อนเข้าชม - มีการปล้นจี้ ชิงทรัพย์ ขโมย ล้วงกระเป๋า
ปัญหายักรธรรมชาติ	- มีแผ่นดินไหว
ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยว	- นักท่องเที่ยวพลัดเที่ยวบินเพราะสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวไม่เข้าใจ - บริษัทนำเที่ยวไม่มีความรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบาย





ตาราง 14 ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่พบบ่อย

ประเภท	ปัญหา
ปัญหาในที่พัก	- ไม่มีโทรทัศน์วงจรปิด - ไม่มีเจ้าหน้าที่หรือยามดูแล - ไม่มีตู้নিরภัยให้ฝากของมีค่า - สายไฟหรือเครื่องปรับอากาศอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน ภายนอกและภายในที่พักกรุงรัง
ปัญหาการเดินทาง	- การเดินทางทางอากาศ ไม่มีตารางเที่ยวบินมายังกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่ชัดเจนไว้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีรถรับส่งจากสนามบินไปยังที่พัก - การเดินทางทางรถทัวร์หรือรถยนต์โดยสารประจำทาง การบริการและการต้อนรับของพนักงานบนรถไม่ดี สภาพรถโดยสารผ่านการใช้งานมานาน/เก่า คนขับไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร ไม่มีการเตรียมรถหรือซ่อมบำรุงอุปกรณ์ก่อนการใช้งาน คนขับรถและผู้โดยสารไม่คาดเข็มขัดนิรภัย คนขับดื่มสุราแล้วขับรถ - รถจักรยานยนต์ คนขับขี่รถด้วยความประมาทไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร - การเดินทางโดยรถไฟมักพบปัญหาเกี่ยวกับสิ่งสกปรกบนรถไฟ และปัญหารถไฟล่าช้าและไม่ตรงเวลา
ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว	- แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและเปลี่ยว - สัตว์ชุกชุม - ไม่มีป้ายหรือแผ่นพับเตือนภัยให้กับนักท่องเที่ยวทราบ
ปัญหายักรธรรมชาติ	- น้ำท่วม - พายุ
ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง	- นักท่องเที่ยวไม่เชื่อฟังคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ ประมาทและคึกคะนองในขณะเดินทางท่องเที่ยวและใช้สารเสพติด





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ตาราง 15 ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่พบบ่อยที่สุด

ประเภท	ปัญหา
ปัญหาการเดินทาง	- คนขับรถจักรยานยนต์และคนซ้อนไม่สวมหมวกนิรภัย
ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง	- นักท่องเที่ยวชอบดื่มสุราและเกิดเหตุทะเลาะวิวาท

แนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้

แนวทางที่ 1 กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเรื่องความปลอดภัย คือ รัฐบาลควรมีการกำหนดนโยบายและมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ชัดเจนที่จะใช้เรื่องความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในด้านการรักษาความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นและนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

แนวทางที่ 2 จัดให้หน่วยงานดูแลรับผิดชอบด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง คือ ควรประสานงานความร่วมมือไปยังสถาบันการศึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์และเป็นการร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการดูแลความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวด้วยเพื่อเสริมกำลังโดยไม่ต้องรอตำรวจท่องเที่ยวเพียงหน่วยงานเดียวและควรจัดอบรมภาษาต่างประเทศให้กับตำรวจท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อความสะดวกในการสื่อสารและประสานความช่วยเหลืออย่างทันท่วงที

แนวทางที่ 3 จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวโดยสร้างแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนหลักของกลุ่มอีสานใต้ หน่วยงานนี้อาจเกิดจากการประสานความร่วมมือและรวมกลุ่มกันจากหน่วยงานของรัฐบาล เอกชนและจากหน่วยงานของท้องถิ่น ตัวแทนจากประชาชนในพื้นที่ เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอย่างต่อเนื่องและควรจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ



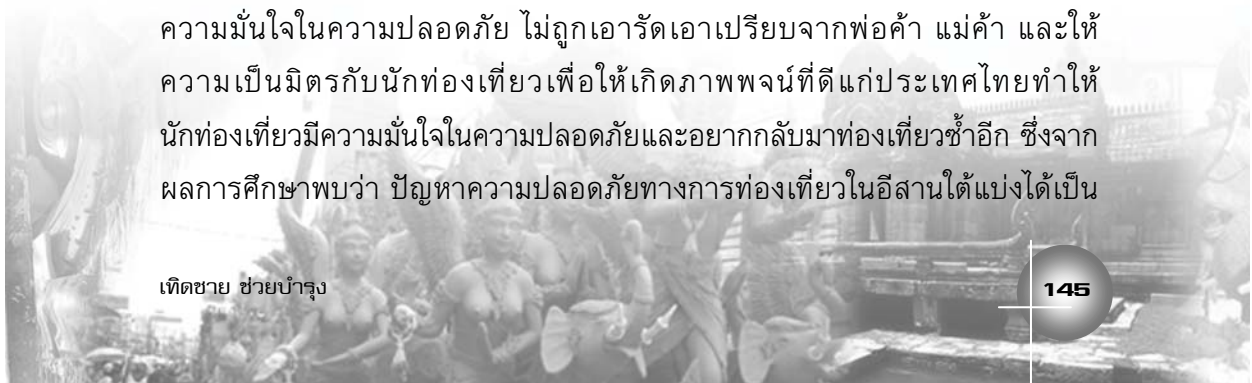


ประชาชนด้านความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและแก้ไขปัญหความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้อย่างสม่ำเสมอ

แนวทางที่ 4 ให้มีมาตรการและการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว สถานบริการ รถเช่า เป็นต้น โดยให้ดำเนินการจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมายและปฏิบัติตามนโยบายด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด พร้อมให้ความร่วมมือกับตำรวจท่องเที่ยวในการดูแลและป้องกันปัญหาความไม่ปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

แนวทางที่ 5 ประสานความร่วมมือด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากพื้นที่ของอีสานใต้ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ลาว และกัมพูชา ซึ่งมีการเชื่อมโยง ติดต่อกัน ค้าขาย เดินทางไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันอยู่เป็นประจำ ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาความไม่ปลอดภัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างชายแดน เช่น ปัญหาการหลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย การขนส่งสินค้าหนีภาษี การลักลอบขนแรงงานเถื่อนและยาเสพติด เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยก็คือ “ความปลอดภัย” ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุหรือความปลอดภัยจากอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะหากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาความเดือดร้อนถูกเอารัดเอาเปรียบและไม่ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยว จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยรวมของเมืองไทย และอาจสูญเสียรายได้ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น ในฐานะที่คนไทยเป็นเจ้าบ้าน จึงควรช่วยกันดูแลต้อนรับให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว มีความมั่นใจในความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้า แม่ค้า และให้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่ประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความปลอดภัยและอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้แบ่งได้เป็น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

7 ประเภท คือ 1) ปัญหาในที่พัก 2) ปัญหาการเดินทาง 3) ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว 4) ปัญหาภัยธรรมชาติ 5) ปัญหายาเสพติด 6) ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง และ 7) ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยว โดยปัญหาที่พบมากที่สุด คือปัญหาด้านการเดินทาง โดยใช้รถจักรยานยนต์ที่คนขับและคนซ้อนไม่สวมหมวกนิรภัยและปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวดื่มสุราขณะขับรถ รองลงมา คือ ปัญหาด้านยาเสพติด ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกลและเปลี่ยว ปัญหาภัยธรรมชาติ เกี่ยวกับการมีน้ำท่วมและมีพายุ ปัญหาในที่พัก เรื่องการไม่มีโทรทัศน์วงจรปิด และสุดท้าย คือ ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยว เรื่องการพลาดเที่ยวบินเพราะสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวไม่เข้าใจ และบริษัทนำเที่ยวไม่มีความรับผิดชอบ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนัก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอีสานใต้ส่วนใหญ่มักมีภรรยาเป็นชาวไทย ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกัน เช่น ปัญหาการถูกหลอกลวงไทยลอก ปัญหาเรื่องทรัพย์สินและปัญหานักท่องเที่ยวต่างชาติดื่มสุราแล้วเกิดการทะเลาะวิวาทหรือเมาแล้วขับรถในช่วงเทศกาล เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงควรกำหนดแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความไม่ปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้ ดังต่อไปนี้ 1) กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเรื่องความปลอดภัย 2) จัดให้หน่วยงานดูแลรับผิดชอบด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง 3) จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว โดยสร้างแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนหลักของกลุ่มอีสานใต้ 4) ให้มีมาตรการและการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง และ 5) ประสานความร่วมมือด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ มีความมั่นใจในการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นการเพิ่มระดับการตัดสินใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยว ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม



ตอน 2

การจัดการ

การตลาดการท่องเที่ยว

ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การจัดการการตลาดทางการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงราคา ช่องทาง การจัดจำหน่าย จุดยืนผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย จิตวิทยาการขาย พันธมิตรทางธุรกิจ การมีส่วนร่วมทางธุรกิจ โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป บุคลากรทางการท่องเที่ยว ฤดูกาลทางการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยว ความคิดเห็นสาธารณะทางการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ ตลอดจนสภาพแวดล้อมด้านผลิตภัณฑ์และสถานประกอบการ ทั้งนี้การตลาดทางการท่องเที่ยวจะต้องมีความสอดคล้องและสมดุลกับการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังอีสานใต้

การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว

การจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นหรือโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยวจึงเป็นความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ดังนั้น กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ดีจึงต้องเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้

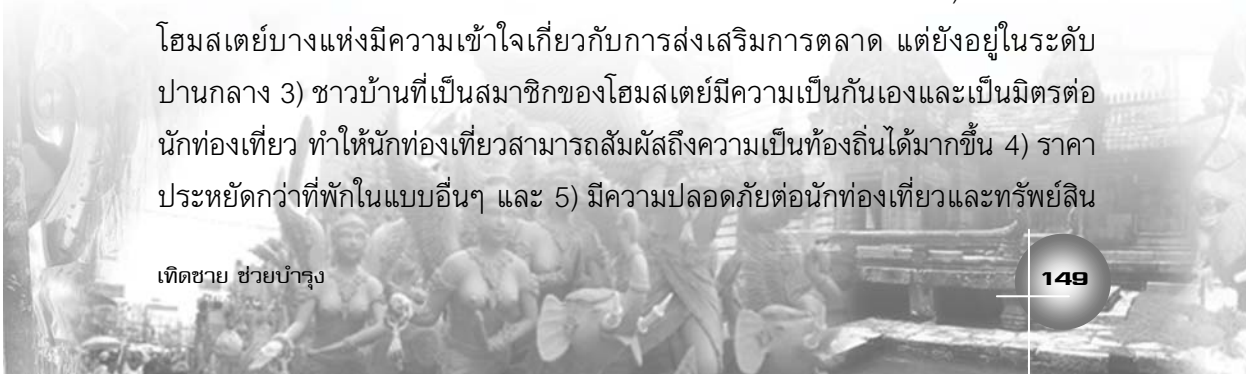
ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) นับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนโดยตรงและส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้รูปแบบของโฮมสเตย์สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเยาวชน (Youth Tourism) เพราะที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของกลุ่มคนหรือชุมชนนั้นๆ อีกทั้งยังเป็นที่พักราคาประหยัด





มีความปลอดภัยเหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน นอกจากนี้โฮมสเตย์ยังเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชน โดยคนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมและเป็นผู้มีบทบาทอย่างชัดเจน ตั้งแต่การพัฒนาที่พักอาศัยให้ถูกสุขลักษณะ มีมาตรฐานตามที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน นอกจากนี้การจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากรท้องถิ่น เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมให้ชาวต่างชาติได้รู้จักวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของไทย และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ทั้งเป็นการพัฒนาสภาพแวดล้อมในชุมชนและความเป็นอยู่ของคนให้ดีขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน หรืออาจกล่าวได้ว่า การจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นให้เกิดการเข้าพักในบ้านของเจ้าของบ้านที่เป็นชุมชนเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตเป็นหลัก ซึ่งจากการศึกษาของณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล และคณะ (2550) พบว่า โฮมสเตย์ในอีสานใต้สามารถแบ่งตามทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้เป็น 3 ประเภท คือ โฮมสเตย์ประเภทวิถีชีวิตวัฒนธรรม โฮมสเตย์ประเภทประวัติศาสตร์และโฮมสเตย์ประเภทธรรมชาติ ซึ่งมีการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ผลักดัน ให้เกิดการพัฒนา อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลและวัฒนธรรมอำเภอ สำหรับลักษณะของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทุกระดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะหรือประเภทของโฮมสเตย์

จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการดำเนินงานของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้ สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ **จุดแข็ง** คือ 1) เป็นโฮมสเตย์ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว 2) สมาชิกของโฮมสเตย์บางแห่งมีความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด แต่ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง 3) ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของโฮมสเตย์มีความเป็นกันเองและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นได้มากขึ้น 4) ราคาประหยัดกว่าที่พักในแบบอื่นๆ และ 5) มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและทรัพย์สิน





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารวยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ในระดับสูง เพราะในชนบทของไทยยังมีความเป็นมิตรและการดูแลกันเป็นอย่างดี
โอกาส คือ 1) แนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสนใจในรูปแบบ
ของการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ทำให้ที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นทางเลือก
ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2) มีหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่ในการส่งเสริม 3) สินค้า
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง
ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจมากขึ้น 4) จังหวัดนครราชสีมา
ได้เป็นเจ้าภาพในกีฬาซีเกมส์ 5) พื้นที่ในหลายจังหวัดของอีสานใต้เป็นพื้นที่ติดต่อกับ
ประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ในอนาคตอาจเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก
ประเทศเพื่อนบ้านและนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่เดินทางผ่านมายังอีสานใต้
จุดอ่อน คือ 1) มีพื้นที่ที่ห่างไกล ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางไปพัก 2) การติดต่อ
สื่อสารลำบาก 3) ขาดป้ายให้ข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลในพื้นที่ 4) ขาดการดำเนินการ
ส่งเสริมด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะ
นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน 5) คนในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ
ส่งเสริมการตลาด 6) ขาดทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการสนทนาพูดคุย การเขียน
หรือการสื่อความหมายผ่านป้ายต่างๆ 7) ขาดงบประมาณในการบริหารจัดการด้าน
การส่งเสริมการตลาด **อุปสรรค** คือ 1) มีที่พักที่ใช้ชื่อโฮมสเตย์เช่นกัน แต่แท้จริงแล้ว
เป็นรีสอร์ทของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงทำให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวเกิดความสับสน
2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องยังมีการดำเนินงานที่ไม่ต่อเนื่อง 3) นักท่องเที่ยวชาวไทย
กว่าร้อยละ 70 ยังไม่มีความเข้าใจในการเข้าพักร่วมกับชุมชน ดังนั้นเมื่อเข้าพักจึง
ทำให้เกิดผลกระทบในเชิงลบแก่ชุมชนเป็นอย่างมาก

**สถานการณ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของ
ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้**

สถานการณ์ปัจจุบัน

ด้านสื่อโฆษณา (Advertising) ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา

ผ่านสื่อ นักท่องเที่ยวเยาวชนชาวไทยได้รับสื่อในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ตมากที่สุด และการส่งเสริมการตลาดโดยผ่านภาพยนตร์น้อยที่สุด





ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับสื่อในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์จากการจัดทัศนศึกษาให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษน้อยที่สุด

ด้านการขายโดยบุคคล (Sale Personal) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับการขายตรงจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในกลุ่มโฮมสเตย์ไปยังนักท่องเที่ยวมากที่สุด และขายผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวน้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับการส่งเสริมการขายผ่านการเข้าร่วมการออกงานด้านการท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย ทั้งในระดับจังหวัด ภูมิภาค ระดับประเทศและต่างประเทศมากที่สุด และการนำสินค้าโฮมสเตย์ไปเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น เช่น คุปองส่วนลดน้อยที่สุด

แนวโน้มในอนาคต

ด้านสื่อโฆษณาในอนาคต (Advertising) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อที่เป็นคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มากที่สุด และการโฆษณาผ่านสื่อภาพยนตร์น้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) นักท่องเที่ยวกลุ่มชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดทัศนศึกษาให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ควรดำเนินการมากที่สุด และการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษน้อยที่สุด

ด้านการขายโดยบุคคล (Sale Personal) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าควรขายผ่านการขายตรงจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในกลุ่มโฮมสเตย์ไปยังนักท่องเที่ยวมากที่สุด และการขายผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวน้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าควรส่งเสริมการขายผ่านการเข้าร่วมการออกงานด้านการท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย ทั้งในระดับจังหวัด ภูมิภาค ระดับประเทศและต่างประเทศ



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

มากที่สุด และการจัดกิจกรรมเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้าพักในโฮมสเตย์ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถมน้อยที่สุด

การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้ประสบปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1. กลุ่มโฮมสเตย์ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดอย่างแท้จริง

2. ขาดความตระหนักในการส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะเห็นว่าเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ

3. สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ยังขาดความสามารถในการสื่อสาร ทั้งการพูดและการเขียน โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งในบางพื้นที่แม้แต่ภาษาไทยกลางก็ยังเป็นปัญหาสำคัญ

4. งบประมาณมีจำกัด

5. บุคลากรของหน่วยงานในท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด

6. ขาดงานการวิจัยและงานเชิงวิชาการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้

7. ขาดหน่วยงานกลางในระดับพื้นที่ที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มโฮมสเตย์

8. นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ส่วนใหญ่ไม่รู้จักและไม่สามารถเข้าถึงลักษณะที่แท้จริงของคำว่า “โฮมสเตย์” ในประเทศไทย ตลอดจนไม่เคยได้รับข้อมูลจากการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในอีสานใต้ มีดังนี้

1. กลยุทธ์การจัดตั้งหน่วยงานกลางด้านการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมของเขตอีสานใต้

2. กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านความรู้และความตระหนักในการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท





3. กลยุทธ์การพัฒนางานระบบสารสนเทศของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม
ชนบทสำหรับชุมชนหรือกลุ่มผู้บริหารจัดการโฮมสเตย์และนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน

4. กลยุทธ์การนำการท่องเที่ยวหรือที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเข้าไป
เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน หรือหลักสูตรของโรงเรียนและสถาบันการศึกษา
ทั้งในท้องถิ่นและทั่วไป

ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์หรือที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท
ยังประสบกับปัญหาที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยเฉพาะ
การดำเนินงานด้านการตลาดที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนซึ่งอาจเรียก
ได้ว่าเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรือวัยเริ่มต้นการทำงาน โดยทั่วไปนักท่องเที่ยว
กลุ่มนี้จะสนใจแหล่งท่องเที่ยวหรือรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ราคา
ประหยัดและปลอดภัย ดังนั้นโฮมสเตย์น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งทางการท่องเที่ยว
(Alternative Tourism) ประกอบกับในปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น
อย่างไรก็ตามในการที่จะดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ใน
อีสานใต้เป็นสิ่งที่ต้องให้การสนับสนุนเร่งด่วนควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านการบริหาร
จัดการและการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้
เข้าพักหรือมาเยือน ซึ่งปัญหาสำคัญของการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดของ
โฮมสเตย์ในปัจจุบัน คือ คนในชุมชนไม่เข้าใจการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วน
ใหญ่ยังคิดว่าไม่ใช่งานของกลุ่ม แต่เป็นงานของหน่วยราชการ แม้จะมีบางโฮมสเตย์ที่
มีการดำเนินงานไปแล้ว เช่น โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา คือ การทำ
แผ่นพับเป็นภาษาไทย อังกฤษ ญี่ปุ่นและฝรั่งเศส หรือการส่งจดหมายเพื่อ
ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้บางแห่งจะดำเนินการไปแล้ว แต่
สมาชิกก็ไม่ทราบว่าเป็นการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องและชุมชนที่จัดการ
โฮมสเตย์จะต้องกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนางานด้านการส่งเสริมการตลาดให้
มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างสมดุล คือ ผู้ให้บริการหรือ
ชุมชน (Host) และผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว (Guest) ซึ่งเป็นผลให้การพัฒนา
การท่องเที่ยวในอีสานใต้ก้าวไปสู่ความยั่งยืนต่อไป





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้
 คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

แนวทางการจัดการการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในอีสานใต้

การกำหนดนโยบายด้านการบริการและการท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) ของรัฐบาลได้เน้นการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ การเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการส่งเสริมนโยบายและแผนงานสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมอบหมายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเร่งปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงอิเล็กทรอนิกส์หรือการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และตระเวนออกงานจัดแสดงรอบพิเศษในประเทศเป้าหมายต่างๆ การสร้างความร่วมมือกันของ 6 ประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง โดยพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณรอบ 4 สะพานที่เชื่อมโยงระหว่างไทย-ลาว และพัฒนา 3 เส้นทางสู่เวียงจันทน์ อีกทั้งนโยบายและแผนงานการส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ที่มีการคัดสรรจากศักยภาพและขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว เช่น การมีตำนานและสินค้าที่น่าสนใจ ซึ่งจากการศึกษาของอัจฉรา หลาวทอง และคณะ (2550) พบว่า ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ในด้านสิ่งดึงดูดใจและจุดขายด้านการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การขายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) เทียวชม ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรมวิถีชีวิต 3) ภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้านและเลือกซื้อหา จั๊บจ่ายผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกพื้นบ้าน เป็นต้น ส่วนศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การให้บริการอาหาร 2) สถานที่พักผ่อนพักผ่อน ห้องน้ำห้องสุขา 3) การต้อนรับและนำเที่ยว และศักยภาพด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์จากสื่อและเครือข่ายภาคีต่างๆ 2) ป้ายบอกทาง 3) ช่องทางการซื้อบริการ 4) เส้นทางคมนาคมขนส่ง 5) ระบบโทรคมนาคมและข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว เป็นต้น และวิสาหกิจชุมชนในอีสานใต้ยังมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ดังภาพ 44





ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

1. การขายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
2. การเที่ยวชม ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต
3. การแสดง การละเล่นพื้นบ้าน วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ท้องถิ่น
4. การเที่ยววัด โบสถ์ ไหว้พระ นมัสการเกจิอาจารย์ เช้าบวชาตฤมณฑล
5. การศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาและพิพิธภัณฑ์เครื่องใช้โบราณตามวิถีชีวิตของชาติพันธุ์ต่างๆ ประจำท้องถิ่น
6. การศึกษาภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้าน
7. การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกพื้นบ้าน
8. การเที่ยวชมสวนผลไม้ พืชสวนพืชไร่ การเลี้ยงสัตว์ และภูมิปัญญาการทำเกษตรกรรม
9. เป็นแหล่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับช้าง การแสดงความสามารถของสัตว์
10. การให้บริการการนวด อบสมุนไพร และซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

1. การให้บริการอาหาร
2. สถานที่พักผ่อน พักแรม ห้องน้ำห้องสุขา
3. การต้อนรับ
4. การแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมการให้บริการ
5. การบริการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว
6. มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภคทั้งของที่ระลึก ของฝาก
7. สถานที่จอดรถ
8. การคมนาคมขนส่งจากแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน
9. ดูแล รักษาความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน
10. มีการประชาสัมพันธ์และข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง ระบบการติดต่อสอบถาม
11. มีอุปกรณ์ ระบบสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน และการสื่อสาร

ศักยภาพทาง การท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน อีสานใต้

ด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยว

1. การประชาสัมพันธ์จากสื่อและเครือข่ายภาคีต่างๆ
2. ป้ายบอกทาง
3. ช่องทางการซื้อบริการ
4. เส้นทางคมนาคมขนส่งและการกำหนดกิจกรรมตามเส้นทางทางการท่องเที่ยว
5. ระบบโทรคมนาคมและข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว

ที่มา : อัจฉรา หลาวทอง และคณะ, 2550

ภาพ 44 ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในอีสานใต้

เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ในศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ความสมบูรณ์และความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพของพื้นที่และทำเลที่ตั้งของชุมชน 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ความเข้มแข็งและความร่วมมือของชุมชน 5) ความสามารถพึ่งตนเองของชุมชน 6) การสร้างรายได้และผลประโยชน์ตอบแทน 7) งบประมาณการลงทุนของกลุ่มวิสาหกิจ 8) ภาวะผู้นำและความตั้งใจของผู้นำชุมชน 9) การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐ 10) ความร่วมมือของเครือข่ายภาคี 11) ภาพลักษณ์ของชุมชนและการยอมรับของตลาด 12) ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม 13) ความสามารถในการบริหารเชิงธุรกิจและการวางกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว 14) ความสามารถทางการแข่งขัน 15) ความรู้ ทักษะทางการท่องเที่ยวของชุมชน 16) มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว 17) ความสามารถสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย 18) เส้นทางและการคมนาคมขนส่งทางการท่องเที่ยว 19) ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน 20) จิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นต้น

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนพบ **จุดแข็ง** ของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ความหลากหลายและเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านจากภูมิปัญญาหัตถกรรมเกษตรกรรมและสมุนไพร เป็นต้น **จุดอ่อน** ของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัญหาความขัดแย้งจากการจัดสรรผลประโยชน์ ความตั้งใจ เอาใจใส่และความร่วมมือของ การจัดการกลุ่ม แต่วิสาหกิจชุมชนยังมี **โอกาส** โดยภาครัฐให้การส่งเสริมและการพัฒนา กลุ่ม ชุมชน ส่งเสริมความรู้ทางการผลิต การตลาดและโอกาสและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านและการให้บริการการท่องเที่ยว แต่ก็มี **อุปสรรค** จากทางภาครัฐ โดยขาดความจริงจังและต่อเนื่องของการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฤดูกาลทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาอิทธิพลและผลประโยชน์ทางการเมืองท้องถิ่น พฤติกรรมและความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนมีน้อย





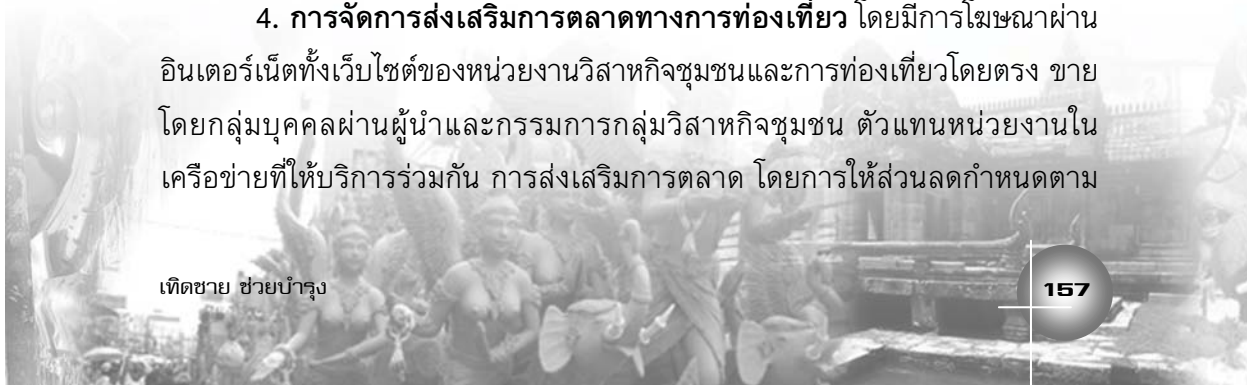
ส่วนการวิจัยและการเลือกตลาด ควรมีการแบ่งประเภทของหมู่บ้านท่องเที่ยวตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท ได้แก่ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรและหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนการวางแผนการตลาด ต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ 1) การสร้างความแตกต่างและการสร้างความสามารถหลัก 2) การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการขาย 4) ตลาดให้บริการเต็มรูปแบบ 5) ตลาดเฉพาะเจาะจง 6) พื้นที่ทางการตลาด และการวางแผนโปรแกรมการตลาดด้วยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้หลักการตลาด 9 P's ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1. **การจัดการผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว** ซึ่งมีการพิจารณาจากหลักการที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน ได้แก่ 1) ประเพณีเทศกาลประจำท้องถิ่น 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) สัมผัสความเป็นธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมชนบทประจำท้องถิ่น 4) ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 5) มาตรฐาน คุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. **การจัดการราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว** ทั้งการจ่ายเป็นรายบุคคลต่อรายการบริการทางการท่องเที่ยวพื้นฐาน และค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายตามจำนวนขนาดของกลุ่มคณะที่ใช้บริการทางการท่องเที่ยว โดยราคาต้องมีความเป็นธรรมและสมเหตุสมผล

3. **การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว** โดยมีการขายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น งานนิทรรศการทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน รายการโทรทัศน์เชิงสารคดี สถานีวิทยุและวิทยุชุมชน สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งลักษณะการขายเพื่อความสะดวกจะผ่านโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต โดยช่วงเวลาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามฤดูกาลและวันหยุดพักผ่อนที่ติดต่อกันหลายวัน

4. **การจัดการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว** โดยมีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งเว็บไซต์ของหน่วยงานวิสาหกิจชุมชนและการท่องเที่ยวโดยตรง ขายโดยกลุ่มบุคคลผ่านผู้นำและกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนหน่วยงานในเครือข่ายที่ให้บริการร่วมกัน การส่งเสริมการตลาด โดยการให้ส่วนลดกำหนดตาม



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ขนาดของกลุ่มที่เข้ามาใช้บริการ ส่วนการประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความร่วมมือกับสื่อของหน่วยงานภาครัฐทั้งท้องถิ่นและส่วนกลางให้ช่วยสนับสนุนเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์จากการเข้าร่วมงานออกร้านของหน่วยงานภาครัฐ และสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่าย

5. การจัดการการส่งเสริมกระบวนการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว ควรมีการสร้างรายละเอียดและฐานข้อมูลให้บริการกลุ่มเป้าหมาย การทำคู่มือขาย การส่งจองการท่องเที่ยวล่วงหน้า หรือตามฤดูกาลท่องเที่ยว และการสร้างความร่วมมือเพื่อส่งต่อกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นทางเลือกเสริมแก่นักท่องเที่ยว

6. การจัดการสภาพกายภาพทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้คุณภาพและมาตรฐานการบริการ หรือสร้างแรงดึงดูดใจทางสถาปัตยกรรม การปลูกสร้างและตกแต่งที่ยังคงเอกลักษณ์ความเป็นอารยธรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ตลอดจนบรรยากาศที่บริสุทธิ์ทางธรรมชาติ และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ พร้อมสร้างศูนย์การเรียนรู้ ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว และจุดบริการพักผ่อน

7. การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในการนำเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามกิจกรรมและการบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอ

8. ความร่วมมือทางการท่องเที่ยว โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการเป็นหุ้นส่วนภาคีระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อื่นๆ และพื้นที่ใกล้เคียงทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนการปฏิบัติการและการควบคุมทางการตลาด มีการจัดการองค์กรทางการตลาด ได้แก่ การวางแผนอัตราค่าสิ่งบุคลากรทางการให้บริการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาทางการตลาด เจ้าหน้าที่ด้านการวิจัยตลาด เจ้าหน้าที่การขายและจัดการทางการตลาดและการปฏิบัติการทางการตลาด ควรทำคู่มือการปฏิบัติงาน ตลอดจนการควบคุมทางการตลาด ควรมีการกำหนดขั้นตอนของการควบคุม โดยสอดคล้องกับกิจกรรมที่วางแผนการตลาดไว้ ได้แก่ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย 2) การวัดผลการทำงานด้วยเทคนิคและเครื่องมือวัดผลการทำงาน 3) วิเคราะห์ผลการทำงาน และ 4) การแก้





ไซ ซึ่งมีรูปแบบการควบคุมหลายด้าน ได้แก่ การควบคุมเชิงกำไร การควบคุมเชิงประสิทธิภาพและการควบคุมกลยุทธ์ แต่การท่องเที่ยวเชิงชุมชนควรมีการควบคุมเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมด้วย

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

อีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสำคัญมากมาย ทั้งอุทยานแห่งชาติ น้ำตกตาดโตน อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติไทรทอง อุทยานแห่งชาติภูแลนคา อุทยานแห่งชาติทุ่งกระมัง ทุ่งดอกกระเจียว น้ำตกผาเอียง อ่างเก็บน้ำห้วยลำปะทาว ผาเกิ้ง ผาแต้ม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและโบราณวัตถุ ศาสนสถานต่างๆ เช่น ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นต้น และเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดซึ่งควรค่าแก่การอนุรักษ์ เหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ แต่กลับพบว่า การท่องเที่ยวของอีสานใต้ยังไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจากผลการศึกษาของทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ (2550) พบว่า ในปัจจุบันอีสานใต้ใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. **การโฆษณา** การโฆษณาเป็นวิธีการที่แหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ใช้มากที่สุด เนื่องจากการโฆษณาเป็นรูปแบบในการเสนอขายสินค้าและบริการโดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเข้ามาท่องเที่ยวหรือเพิ่มการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยสื่อโฆษณาที่นิยมใช้ คือ

1) **โบรชัวร์ แผ่นพับ** เป็นการบอกถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ นอกจากนี้ยังบอกถึงหน่วยบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบ เช่น ร้านอาหาร สิ่งดึงดูดใจ ภูมิอากาศ เป็นต้น โดยจัดทำเพื่อใช้ในการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลที่น่าสนใจ นอกจากนี้จะนำโบรชัวร์หรือแผ่นพับไว้บริการที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แล้ว ยังนำไปบริการตามสถานที่ต่างๆ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

2) ป้ายโฆษณาบนทางหลวงหรือทางสัญจร เพื่อเป็นการโฆษณาดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้ตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมาก่อน ซึ่งหากนำป้ายโฆษณาที่มีรูปภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามก็จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้ เช่น ป้ายโฆษณาชมหมอก หยอกดอกกระเจียวของจังหวัดชัยภูมิ

3) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสารทางการท่องเที่ยว ในการโฆษณาลักษณะนี้ส่วนใหญ่มักใช้ในช่วงที่มีเทศกาล งานประจำปี หรือช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง

4) วิทยุ โทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะใช้ในช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวหรือช่วงที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ เช่น งานแห่เทียนพรรษา งานเทศกาลเที่ยวพิมาย งานเทศกาลดอกกระเจียว เป็นต้น การใช้สื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์ยังมีข้อได้เปรียบ คือ สามารถมองเห็นภาพแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนจึงสามารถดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยการใช้สื่อโทรทัศน์นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการจัดรายการเพื่อส่งเสริมและโฆษณากิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดอยู่เสมอ โดยรายการที่เป็นสื่อในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เช่น รายการอินไซด์การท่องเที่ยวหรือรายการสารคดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือแม้กระทั่งหน่วยงานอื่นๆ ที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ก็จะใช้สื่อโทรทัศน์เช่นกัน เช่น กรมศิลปากร มีการจัดรายการจดหมายเหตุกรุงศรี เป็นต้น

5) อินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางและแพร่หลาย ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้สื่อประเภทนี้เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว แต่ในการใช้สื่อประเภทนี้ยังมีข้อจำกัดในอายุของนักท่องเที่ยวและคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่ต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์อยู่บ้าง



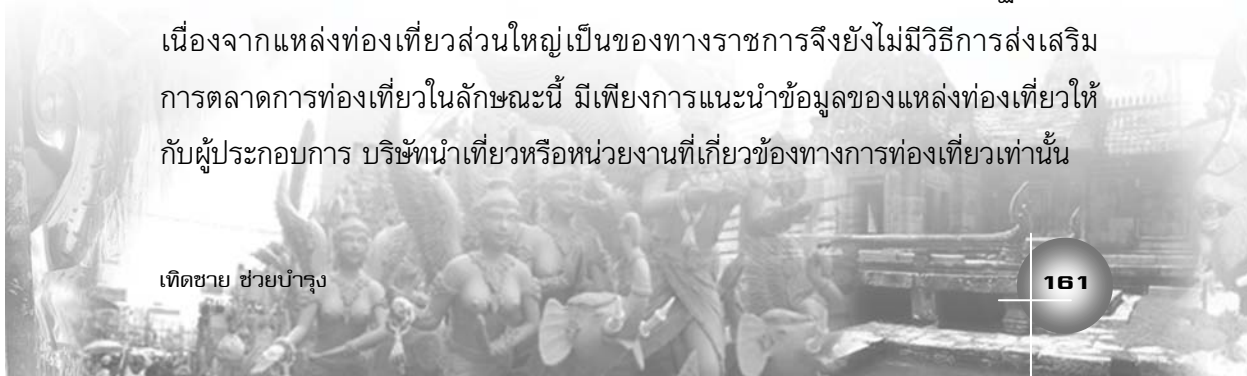


2. การประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติของหน่วยงานของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ในการเผยแพร่ข่าวสาร และดำเนินงานวิธีอื่นๆ อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อชักชวนนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดแถลงข่าว เพื่อให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจจัดแถลงข่าวในแหล่งท่องเที่ยวหรือภายหลังการแถลงข่าวอาจจัดทัศนศึกษา โดยเชิญผู้แทนสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวร่วมทัศนศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการประชาสัมพันธ์เพื่อจะได้นำเสนอข้อมูลในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ การทำจดหมายแจ้งข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นก็เป็นอีกหนึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ และการออกฐานของแหล่งท่องเที่ยว ร่วมงานประจำปีของจังหวัด ก็สามารถประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งในการออกฐานหรือการประชาสัมพันธ์อื่นๆ สามารถจะให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในด้านการโฆษณาควบคู่กันไปด้วย เช่น แจกโบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น

3. การส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นและให้เกิดการซื้อได้รวดเร็วขึ้นซึ่งยังพบได้ไม่มากนักในอีสานใต้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นของทางราชการจึงยังไม่มีวิธีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ มีเพียงการโฆษณาในแหล่งท่องเที่ยวหรือหน้าสำนักงานซึ่งอาจมีการฉายภาพ สไลด์ วิดีโอ เพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือจัดให้ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวฟรีหรือลดราคาพิเศษเพื่อสร้างความประทับใจ

4. การขายโดยบุคคล เป็นการนำเสนอการขายตรง ในปัจจุบันการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ลักษณะนี้ยังไม่ปรากฏมากนัก เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นของทางราชการจึงยังไม่มีวิธีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ มีเพียงการแนะนำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ บริษัทนำเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวเท่านั้น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

1. เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีหน่วยงานร่วมกันรับผิดชอบหลายฝ่าย จึงทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีความลำบากในการประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมเมื่อไม่มีการประสานงานที่ดีก็ทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสอดคล้องกันเท่าที่ควร และยังคงไม่มีแนวทางในการส่งเสริมไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ต้องมีหน่วยงานกลางช่วยประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกันและร่วมมือกันดำเนินงาน

2. ขาดความร่วมมือของหน่วยงานที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลายฝ่ายทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต่างฝ่ายต่างจัดทำ ขาดการประสานงานกัน จึงทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ขาดความร่วมมือร่วมใจกัน ไม่เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ดังนั้น หน่วยงานที่มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องร่วมมือร่วมใจกันในการระดมสมองเพื่อให้ได้ข้อตกลงหรือแนวคิดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

3. ความไม่พร้อมหรือการขาดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ ทั้งความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ถังขยะ ร้านอาหาร ถนน เป็นต้น ดังนั้น ก่อนจะส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวจึงต้องสำรวจความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่อจะได้ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและอาจพัฒนาหรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมก่อนการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ยังขาดความต่อเนื่องทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย นอกจากนี้ เนื้อหาในสื่อไม่มีรายละเอียดหรือข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสื่ออื่นๆ



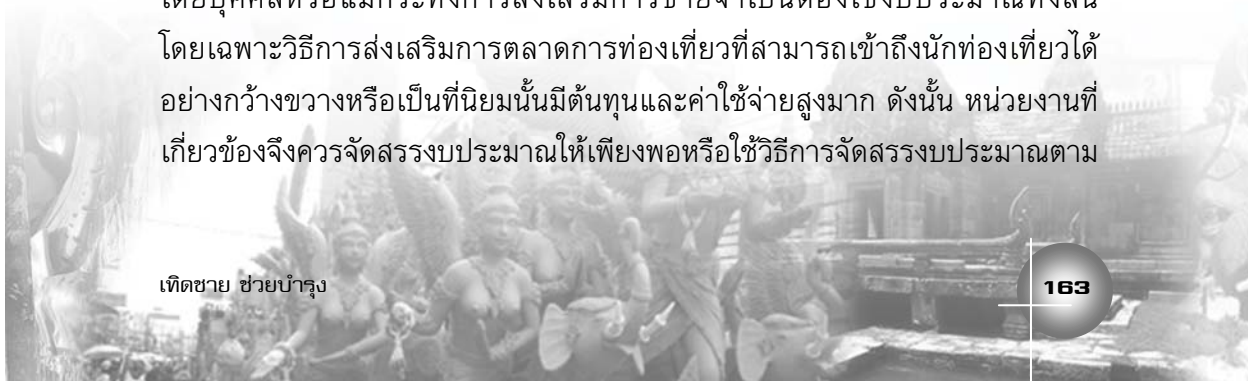


แล้วไม่เกิดความประทับใจและไม่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอีสานใต้ ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอและสื่อในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวก็ควรมีรายละเอียดที่น่าสนใจ และต้องส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในเชิงรุกเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วที่สุด

5. ชุมชนในท้องถิ่นยังขาดความรู้ความเข้าใจในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ ทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการที่แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมาก ซึ่งทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน อันเป็นประโยชน์ที่ชุมชนได้รับโดยตรง ชุมชนจึงควรให้ความร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

6. หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้การทำงานเกิดความล่าช้า เนื่องจากการทำงานต้องมีความรวดเร็วเพราะกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างต้องให้ทันฤดูกาล เช่น อุทยานแห่งชาติป่าหินงามจะมีดอกกระเจียวบานในช่วงฤดูฝนเท่านั้น ดังนั้น บุคลากรต้องส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวล่วงหน้าให้ทันเวลาก่อนดอกกระเจียวจะร่วงไป หากขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดังกล่าวก็จะทำให้เกิดผลเสียต่อการท่องเที่ยวได้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้แล้ว จะต้องสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถอย่างเพียงพอ

7. งบประมาณไม่เพียงพอ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้แต่ละรูปแบบทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคลหรือแม้กระทั่งการส่งเสริมการขายจำเป็นต้องใช้งบประมาณทั้งสิ้น โดยเฉพาะวิธีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางหรือเป็นที่นิยมนั้นมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงมาก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอหรือใช้วิธีการจัดสรรงบประมาณตาม



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ความจำเป็นของแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวก็อาจจะใช้รูปแบบของการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก แต่หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีศักยภาพในการพัฒนาได้หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ก็ควรจะจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ เนื่องจากจะต้องส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าวจะต้องลงทุนในการใช้วิธีการหรือรูปแบบที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด

ในปัจจุบันหน่วยงานที่รับผิดชอบการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการโฆษณาหลายอย่างผสมผสานกันเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะต้องร่วมมือกับจังหวัดหรือหน่วยงานที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เช่น อำเภอ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสนับสนุน และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ต่อไป

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ นอกจากจะส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วก็ควรส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีความพร้อม มีศักยภาพเพียงพอ และเป็นแหล่งใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และยังเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในอีสานใต้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ที่เหมาะสม

กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ เรียงลำดับตามความเหมาะสมจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1. **การโฆษณา** มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้เป็นอันดับหนึ่งซึ่งในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบโฆษณาควรส่งเสริมโดยผ่านนิตยสารหรือวารสารทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เนื่องจากการโฆษณาที่สามารถให้ข้อมูลได้หลากหลายสามารถดึงดูดความสนใจ เร่งเร้าให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และ



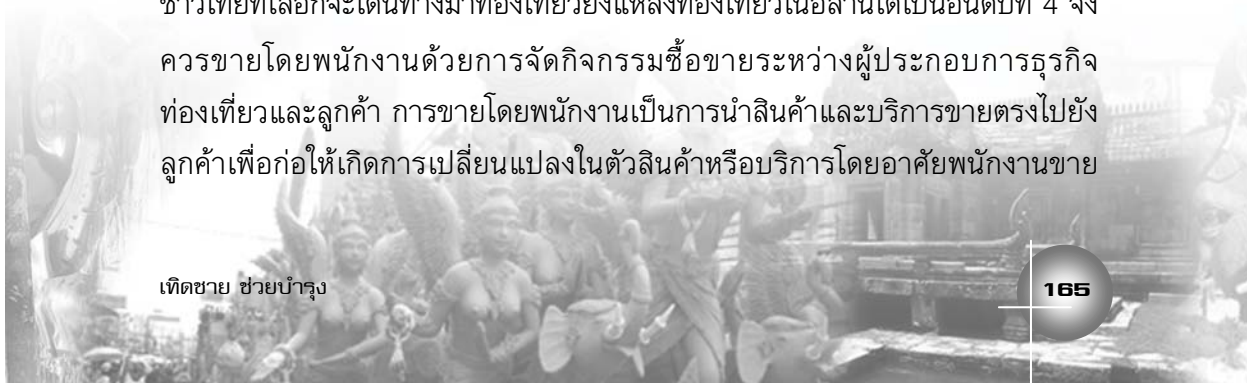


สามารถส่งข้อมูลรายละเอียดได้กว้างไกล สื่อที่ใช้ในการโฆษณาการท่องเที่ยว เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เลือกจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้เป็นอันดับที่ 2 ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ควรใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โดยการจัดให้มีการแถลงข่าวและการทัศนศึกษาซึ่งเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมการดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนทั่วไปรับทราบ เกิดความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย วิธีการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น จัดหมายแจ้งข่าว การร่วมกิจกรรมกับชุมชน ทั้งงานประจำปี การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขัน เป็นต้น

3. การส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เลือกจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้เป็นอันดับที่ 3 จึงควรส่งเสริมการขายโดยการจัดแสดงสินค้า และจัดนิทรรศการโดยภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการขายส่วนใหญ่ช่วยให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ เพราะลูกค้าจะรับรู้หรือได้ยินเกี่ยวกับการลดราคา หรือการได้รับของขวัญ หรือได้รับโอกาสในการถูกรางวัล ซึ่งการส่งเสริมการขายสามารถดำเนินการได้ด้วย การส่งเสริมการขายสินค้า เช่น การจัดให้ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเดินทางมาชมฟรี หรือลดราคาเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจ การโฆษณา ณ จุดขาย โดยการจัดนิทรรศการ จัดเอกสาร การโฆษณาเพื่อตกแต่งหน้าสำนักงานของบริษัทนำเที่ยวเพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ณ จุดขาย การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค เช่น การเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายสินค้า เข้าร่วมการส่งเสริมการขายกับหน่วยงานอื่น จัดชิงโชค ชิงรางวัล เป็นต้น

4. การขายโดยพนักงานขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้เป็นอันดับที่ 4 จึงควรขายโดยพนักงานด้วยการจัดกิจกรรมซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและลูกค้า การขายโดยพนักงานเป็นการนำสินค้าและบริการขายตรงไปยังลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้าหรือบริการโดยอาศัยพนักงานขาย



เทศกาล ชวนบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ซึ่งต้องมีความรู้ความสามารถด้านทฤษฎี กระบวนการ และเทคนิคการขาย การขายโดยบุคคลสามารถดึงดูดสนใจซึ่งก่อให้เกิดการตัดสินใจ การขายโดยพนักงานขายส่วนใหญ่จะเป็นการขายของบริษัทนำเที่ยวแต่แหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีหน่วยงานภาครัฐรับผิดชอบมักจะไม่นิยมกลยุทธ์นี้

กล่าวได้ว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวยังได้รับข้อมูลไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร การส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงานจะมีการใช้น้อยมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐและบริษัทนำเที่ยวหรือผู้ประกอบการอื่นๆ ส่วนใหญ่จะขายโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป จึงทำให้มีการจัดการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวดังกล่าว น้อย อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีหลายหน่วยงาน ทำให้ขาดการประสานงานที่ดีจึงทำให้ขาดความร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความไม่พร้อมและขาดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไม่ประสบความสำเร็จเพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจ การไม่มีความต่อเนื่อง ในการส่งเสริมการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญเพราะนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลที่ไม่ทันสมัย แม้กระทั่งชุมชนในท้องถิ่นไม่มีความรู้ความสามารถในการช่วยกันส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หรือขาดบุคลากรให้หน่วยงานทำให้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่องและไม่ทันต่อฤดูกาลการท่องเที่ยว อีกประการ คือ งบประมาณไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ ดังนั้นจึงควรดำเนินการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตามกลยุทธ์ที่เหมาะสม

ภาวะผู้นำของกลุ่มที่พัคโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวเขตอีสานใต้

ปัจจุบันการตื่นตัวในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขยายตัวอย่างรวดเร็วทั่วทุกภูมิภาคและมีแนวโน้มขยายตัวต่อไปในอนาคต การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยวที่ชื่นชมในธรรมชาติและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งสามารถให้ความรู้แก่ผู้มาเยือน ช่วยลดผลกระทบในเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง





ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น การนำต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยววันนั้น สามารถสร้างโอกาสด้านรายได้แก่ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวแต่ต้องพึงระวังมิให้เกิดความเสียหายและความเสื่อมถอยของทรัพยากร ปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่เกิดในการจัดการการท่องเที่ยวของไทย คือ การขาดเจ้าภาพที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ของตนเอง ดังนั้น จึงควรผลักดันเจ้าภาพตัวจริงให้เรียนรู้ที่จะร่วมมือกับภาคีอื่นเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทางและเจ้าภาพต้องมีการสร้างเสริมศักยภาพของตนเองในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาของศศิธร นิธิปรีชา และคณะ (2550) พบว่า ภาวะผู้นำของกลุ่มที่พักโฮมสเตย์ในอีสานใต้ ซึ่งวัดจากคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำใน 5 ด้าน คือ ด้านวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านธรรมาภิบาล ด้านนักวางแผน ด้านการพึ่งพาตนเอง และด้านการทำงานแบบเครือข่าย ระดับคะแนนในสภาพความเป็นจริงมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าความต้องการ/คาดหวังของสมาชิกกลุ่มที่พักโฮมสเตย์ซึ่งหมายถึงความคาดหวังต่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำที่สูงกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะความต้องการ/คาดหวังในด้านธรรมาภิบาล และด้านการทำงานแบบเครือข่ายที่ระดับความต้องการในระดับมากที่สุด และพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำในการพึ่งพาตนเองของกลุ่มที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีค่าความคาดหวังสูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนั้น แสดงให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานให้ความสำคัญต่อความคาดหวังด้านการพึ่งพาตนเองของผู้นำของเขาสูงกว่าความคาดหวังของสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้ว และเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำทั้ง 5 ด้านโดยจำแนกตามสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่คาดหวัง 10 ด้าน ได้แก่ 1) วุฒิภาวะทางอารมณ์ตามสภาพความจริง 2) วุฒิภาวะทางอารมณ์ตามสภาพความต้องการหรือคาดหวัง 3) ธรรมาภิบาลตามสภาพความจริง 4) ธรรมาภิบาลตามสภาพความต้องการและคาดหวัง 5) นักวางแผนตามสภาพความจริง 6) นักวางแผนตามสภาพความจริงตามสภาพความต้องการหรือคาดหวัง 7) การพึ่งพาตนเองตามสภาพความจริง 8) การพึ่งพาตนเองตามสภาพความต้องการหรือคาดหวัง 9) การทำงานแบบเครือข่ายตามสภาพ



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ความจริง 10) การทำงานแบบเครือข่ายตามสภาพความต้องการ เปรียบเทียบกันระหว่างกลุ่มที่ได้รับรองมาตรฐานกับกลุ่มไม่ได้รับรองมาตรฐาน มีเพียง 2 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยของกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านนี้วางแผนตามสภาพจริง และด้านการทำงานแบบเครือข่ายตามสภาพจริง ส่วนด้านอื่นๆ อีก 8 ด้าน พบความแตกต่างของคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำระหว่างกลุ่มที่ได้รับรองมาตรฐานกับกลุ่มไม่ได้รับรองมาตรฐานด้วยกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งให้เห็นว่าความแตกต่างของคุณลักษณะและพฤติกรรมผู้นำระหว่างกลุ่มที่ได้รับรองมาตรฐานกับกลุ่มไม่ได้รับรองมาตรฐาน มีความแตกต่างกันอย่างไม่ชัดเจนนัก ดังนั้น การดำเนินการในเชิงนโยบายของภาวะผู้นำของกลุ่มที่ปักโฮมสเตย์ **ในระดับประเทศ** ควรยึดแนวทางตามทิศทางการพัฒนาประเทศของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550–2554) ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพคนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม และการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการ สำหรับองค์กรที่ส่งเสริมความรู้เพื่อการพัฒนาควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม เน้นกระบวนการคิดวิเคราะห์ วางแผน และทักษะการใช้เครื่องมือสื่อสารควบคู่กับการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม **ในระดับกระทรวง** ควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์ร่วมกันระหว่างกระทรวงต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนในมิติที่เน้นกระบวนการคิด การเรียนรู้บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพึ่งพาตนเองและหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว **ในระดับหน่วยงานปฏิบัติการ** ควรจัดทำแผนส่งเสริมการพัฒนาคนในพื้นที่โดยเฉพาะผู้นำกลุ่มกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำกลุ่มที่ปักโฮมสเตย์ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้นำในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงและพึ่งพาตนเองในการบริหาร จัดการ ใช้หลักการและกระบวนการวางแผนพัฒนากลุ่มที่ปักโฮมสเตย์แบบมีส่วนร่วม การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวเขตอีสานใต้โดยมีสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นฝ่ายอำนวยการ





มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นฝ่ายปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรชุมชนในพื้นที่ ส่วนรูปแบบการจัดกลุ่มโฮมสเตย์ที่เหมาะสมควรเป็นไปในลักษณะเครือข่าย เน้นให้ ความรู้ในการดำเนินงาน เช่น การใช้ระบบการสื่อสาร และการจัดทำระบบบัญชีเพื่อ การจัดการกลุ่มที่พักโฮมสเตย์ในระดับชุมชน กระตุ้นให้ผู้นำกลุ่มมีส่วนร่วมในกิจกรรม ร่วมมือกันพัฒนากลุ่มของตนเองอย่างเป็นระบบ ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระดม ความรู้ ความสามารถและข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อสร้างระบบการจัดการภายในกลุ่มที่ เข้มแข็ง โดยยึดหลักการจัดการแบบธรรมาภิบาลภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง สร้าง องค์กรจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่มีระบบการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกัน อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

พฤติกรรมกรบรโภคของนักท่องเทียะ

พฤติกรรมของนักท่องเทียะเป็นการแสดงออกหรือคาดหวังในการจัดหา สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเทียะในระดับที่พึงพอใจ โดยนักท่องเทียะต้องมีพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเทียะและมีความตระหนัก ต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีพฤติกรรมกรบรโภคที่ หลากหลายทั้งด้านการเสพธรรมชาติ การเรียนรู้ การอนุรักษ์หรือการสนับสนุนและ เพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ทั้งนี้พฤติกรรมกรบรโภคของนักท่องเทียะจะเป็นตัวกำหนด ทิศทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพราะนักท่องเทียะเป็น ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าที่จำเป็นและสินค้า อุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบพฤติกรรม กรบรโภคของนักท่องเทียะทั้งก่อนการท่องเทียะ ระหว่างการท่องเทียะและภายหลัง การท่องเทียะ เพื่อกำหนดทิศทางในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเทียะได้ อย่างเหมาะสม

พฤติกรรมกรบรโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเทียะด้านศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีของนักท่องเทียะในอีสานใต้

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้พัฒนาและ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว นักท่องเทียะต่างชาตินำเงินตราเข้ามามหาศาลจน



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันธารวยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

กลายเป็นรายได้หลักของประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยก็ทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนภายใน เป็นการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับอาชีพที่เกี่ยวข้องและคนในท้องถิ่น แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะมุ่งท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ ภูเขา ป่าไม้และน้ำตก เป็นต้น ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีความร่ำรวยทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ แต่การท่องเที่ยวด้านนี้ยังได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวน้อย อีสานใต้ก็เช่นเดียวกัน มีเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและโบราณสถานทั้งดงาม เก้าแก่และทรงคุณค่า แต่ยังมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใญ่น้อย ซึ่งจากการศึกษาของชอุย กำลัังงาม และคณะ (2550) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวท้องถิ่น สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมีเพียงเล็กน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นความสนใจและความชอบเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะท่องเที่ยวในวันหยุดยาวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันทำงานปกติมีเพียงเล็กน้อย

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบเครือญาติ รองลงมาใช้รถจักรยานยนต์ แสดงให้เห็นว่าเป็นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรืออยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น นิยมท่องเที่ยวโดยใช้รถโดยสารประจำทางมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลางและระดับล่างที่ประหยัดค่าใช้จ่าย ชอบความท้าทาย ผจญภัย นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีเพียงเล็กน้อย ส่วนที่เหลือเป็นการเดินทางโดยรถจ้างเหมา รถไฟ เครื่องบินและรถของบริษั้นำเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการพักแรมค้างคืน โดยจะพักที่บ้านญาติมากที่สุด รองลงมาเป็นโรงแรม รีสอร์ท แมนชั่นและสถานที่ราชการ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวใหญ่ท่องเที่ยวและเยี่ยมญาติไปพร้อมกัน หรือไม่ก็กลับมาเยี่ยมภูมิลำเนา



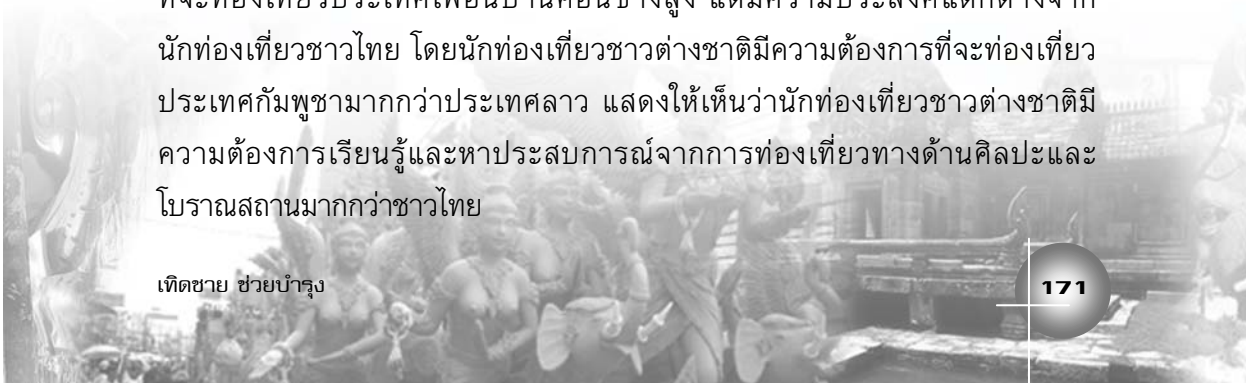


ในช่วงเทศกาลประเพณี ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักแรมค้างคืนมากที่สุด และพักในโรงแรมมากที่สุด รองลงมาเป็นเกสเฮ้าส์ อพาร์ทเมนต์และรีสอร์ท

นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับทราบข่าวสารจากทุกสื่ออย่างกว้างขวางทั้งจากการชักชวนจากกลุ่มเพื่อน โทรทัศน์ การประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ วิทยุ นอกจากนี้ยังมีอินเทอร์เน็ตและวารสาร ตามลำดับ แสดงถึงการประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวท้องถิ่นจะทราบวันและเวลาของงานประจำปีที่กำหนดไว้ชัดเจน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข่าวสารด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี รองลงมาได้รับทราบข่าวสารจากบุคคลอื่นและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นที่น่าสังเกตว่าการทราบข่าวสารจากเพื่อนหรือผู้ที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจวัฒนธรรมประเพณีและโบราณสถานของอีสานใต้แล้วนำไปบอกต่อ จึงนับเป็นรูปแบบที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการเที่ยวชมแหล่งโบราณสถานมากที่สุด รองลงมาประเพณีหรืออารยธรรมโบราณและวัฒนธรรมประเพณี

นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการไปเที่ยวประเทศลาวมากที่สุด รองลงมาคือ กัมพูชาและเวียดนาม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจในการท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านมาก เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านยังมีความอุดมสมบูรณ์ มีความโดดเด่น อย่างเช่นประเทศลาว มีความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่คงความอุดมสมบูรณ์ ประเทศกัมพูชาที่มีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถานที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น นครวัด นครธม ซึ่งเป็นหนึ่งในเจ็ดสิ่งมหัศจรรย์ของโลก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็เช่นกัน ยังมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านค่อนข้างสูง แต่มีความประสงค์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวประเทศกัมพูชามากกว่าประเทศลาว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการเรียนรู้และหาประสบการณ์จากการท่องเที่ยวทางด้านศิลปะและโบราณสถานมากกว่าชาวไทย





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีในอีสานใต้

นักท่องเที่ยวชาวไทย

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในอีสานใต้เพราะความมีชื่อเสียงของงานและความเก่าแก่ดั้งเดิมของศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถาน นอกจากนี้เหตุผลรองลงมาเพราะต้องการชมวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะถิ่น จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ทำธุระอื่นๆ ชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณี และเพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณี เหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเพราะความสะดวกในการเดินทาง รู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อเป็นอย่างดี และมีความสะดวกในการติดต่อซื้อบริการการท่องเที่ยว ส่วนความสนใจหรือความชอบต่อวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสมเป็นเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายเอง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้รับการชักชวนจากคนอื่น นักท่องเที่ยวเป็นผู้ซื้อบริการโดยติดต่อและดำเนินการท่องเที่ยวเองมากกว่าการท่องเที่ยวโดยการซื้อบริการจากบริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวโดยประเมินจากคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีแผนการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งมีแผนเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบคือแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่มีชื่อเสียง ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณี รองลงมา ต้องการหาความรู้และประสบการณ์ พักผ่อนหย่อนใจ ทำธุระอื่นๆ และชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในขณะเดียวกัน สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว คือ ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม มีความสะดวกในการเดินทาง ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยว





จากอินเทอร์เน็ตและสื่ออื่น และความสะดวกในการติดต่อซื้อบริการการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นผู้คิดริเริ่มในการท่องเที่ยวและเป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายเอง นอกจากนี้ยังเกิดจากนักท่องเที่ยวได้รับการชักชวนจากคนอื่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อบริการ ติดต่อและดำเนินการท่องเที่ยวเองมากกว่า การซื้อบริการจากบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวโดย ประเมินจากคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ และใช้วิธีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการก่อนตัดสินใจ ซึ่งส่วนใหญ่อยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก และจะ แนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีแผนการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นในบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งมีแผนเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

แนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีในอีสานใต้

แนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยววางอยู่บนพื้นฐานของพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและความต้องการในการปรับปรุงและพัฒนา การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของอีสานใต้ ซึ่งมีแนวทาง ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ ความสนใจการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีมาก จึงควร ดำเนินการตามแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวดังนี้

1) ควรสร้างสุนทรียศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นภาพลักษณ์ด้าน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้มากที่สุด ทั้งการจัดภูมิทัศน์และฉากที่แสดงให้เห็นถึง ความยิ่งใหญ่และมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

2) เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการจะ ศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีจึง ควรจัดให้มีบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ซึ่งจะทำ ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการตัดสินใจจะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

การจัดให้มีบริการมัคคุเทศก์หรืออาสาสมัครนำเที่ยวหรือประชาสัมพันธ์ในแต่ละจุด เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการติดต่อหรือทราบข้อมูลต่างๆ โดยเฉพาะในงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีประจำปี ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานก็ควรมีบริการนำเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดด้วย

3) ร้านค้าและของที่ระลึกที่ตั้งอยู่ในงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีประจำปี และร้านค้าที่อยู่รอบๆ แหล่งโบราณสถานควรจำหน่ายสินค้าที่เน้นถึงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นและมีความหลากหลาย

4) บุคลากรประจำจุดต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลและนำเที่ยว ต้องมีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็นพื้นฐานและภาษาอื่นๆ ได้แก่ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ก็จะเป็นประโยชน์มากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากอเมริกาและยุโรป อันได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส และเยอรมัน

2. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership)

การสร้างความร่วมมือทางการตลาดในทุกภาคส่วนขององค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นมีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะความร่วมมือกันในระยะยาว ทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผู้ประกอบการด้านที่พัก ของที่ระลึกและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ จะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดการท่องเที่ยวเติบโตและก่อให้เกิดรายได้โดยดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันได้โดยดำเนินการดังนี้

1) สร้างความร่วมมือในการสร้างกิจกรรมทางการตลาดการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนในระยะยาว ซึ่งจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ซื้อบริการการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวพักแรมเป็นระยะเวลาสั้นๆ การสร้างความร่วมมือของบริการที่พักและบริษัทนำเที่ยวในการให้บริการนำเที่ยวแบบเลือกได้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก

2) การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งธุรกิจสินค้าพื้นเมืองดีเด่น (OTOP Products) ความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม





และประเพณีเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนั้นสินค้าของที่ระลึกที่นำมาจัดจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวและงานประเพณีควรมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีประจำจังหวัดและให้ข้อมูลหมู่บ้านที่ผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจให้กับประชาชนที่ผลิตสินค้าพื้นเมืองได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และมีการจัดแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว

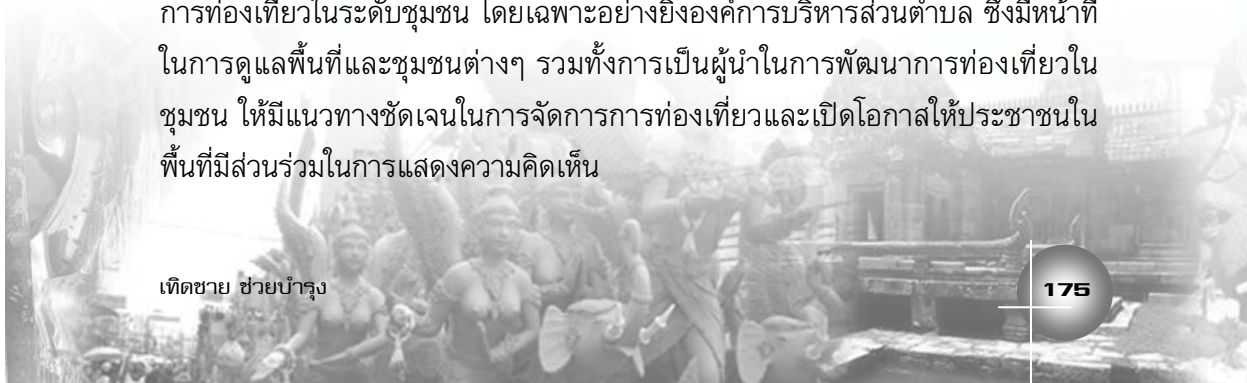
3) การสร้างความร่วมมือเครือข่ายธุรกิจ โดยให้องค์กรภาครัฐเป็นแกนนำในการประชาสัมพันธ์และจัดประชุมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในระดับชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวให้สร้างแนวทางในการพัฒนาและเชื่อมโยงธุรกิจร่วมกัน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุดเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. การพัฒนาคน (People)

บุคลากรนับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อการให้บริการการท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันรัฐบาลส่งเสริมให้ชุมชนและองค์กรในแต่ละพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวถือเป็นกลยุทธ์หลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่การจัดการการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้มีความรู้และประสบการณ์มีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพให้กับประเทศ บุคลากรในทุกภาคส่วนจำเป็นต้องมีมุมมองและตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยดำเนินการดังนี้

1) การพัฒนานักวิจัยด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐควรส่งเสริมให้นักวิจัยรุ่นใหม่มีความรู้ ทักษะและความเข้าใจในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิด และความร่วมมือในทิศทางเดียวกัน

2) ภาครัฐควรจัดให้มีการระดมความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีหน้าที่ในการดูแลพื้นที่และชุมชนต่างๆ รวมทั้งการเป็นผู้นำในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ให้มีแนวทางชัดเจนในการจัดการการท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

3) บุคลากรในการให้บริการการท่องเที่ยวควรมาจากประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากเป็นผู้รู้ด้านประวัติความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ และควรพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษให้แก่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ โทรศัพท์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ควรเน้นสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการสร้างสื่อที่จะมีผลต่อ การชักชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีกลยุทธ์ดังนี้

1) สื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐในแหล่งชุมชนควรมีรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ เช่น การแสดงภาพที่มีคุณภาพสูง การใช้ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอสั้นแนะนำจังหวัด สื่อภาพถือว่ามี ความสำคัญมากเพราะแสดงถึงความเชื่อมโยงของศิลปวัฒนธรรมและประเพณี รวมทั้งประวัติศาสตร์ของชุมชน วิถีชีวิต และสร้างภาพลักษณ์ในด้านความปลอดภัยให้กับ นักท่องเที่ยวด้วย

2) ควรใช้ภาษาต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ หากมีภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ก็จะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวที่มาจากยุโรปเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ต้องใช้อย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์และ สละสลวย

3) ปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ควรถ่ายทอดอย่างชัดเจน ซึ่งอาจเน้นการใช้แสง สีและเสียงที่ดึงดูดใจ

4) การโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปโดยความร่วมมือของภาคเอกชน ทั้งที่พัก การเดินทาง บริการรถรับและส่ง และมีคฤหาสน์ท้องถิ่นที่มีความชำนาญในแต่ละพื้นที่และเข้าใจกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

5) การให้ข้อมูลการบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักในจังหวัดหรือในพื้นที่ต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ร้านอาหาร หมู่บ้านสินค้าพื้นเมืองดีเด่น (OTOP)





และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว รวมทั้งการเชื่อมโยงเว็บไซต์การจองตั๋วเครื่องบิน โดยสายการบินต่างๆ การให้บริการอีเมลเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้

5. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในการติดต่อและซื้อบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ นักท่องเที่ยวควรได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อซื้อบริการนำเที่ยวโดยตรง การจองตรงหรือขายตรงโดยไม่ผ่านตัวกลางเริ่มมีมากขึ้นในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ต ทำให้บริการต่างๆ ถูกจองไวล่วงหน้า รวมถึงการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ในการเดินทางท่องเที่ยวได้

6. กลยุทธ์การจัดงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Programming)

ในการจัดงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีควรมีการประชาสัมพันธ์งานเทศกาล ประเพณีต่างๆ และจุดเด่นของงานที่จะจัดขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว โดยดำเนินการดังนี้

1) การใช้นิทรรศการในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามงานเทศกาลต่างๆ หรือจัดนิทรรศการร่วมในงานสำคัญๆ ทั้งนี้เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวล่วงหน้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวล่วงหน้า

2) การจัดงานที่ใช้วิถีชีวิตของชุมชนและศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นเป็นจุดขายทั้งการจำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดง การละเล่นพื้นบ้าน ขบวนแห่ที่เน้นศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะถิ่น และความมีอัธยาศัยไมตรีของประชาชนในพื้นที่

3) การให้บริการในการดูแลรักษาความปลอดภัยในงาน โดยเน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นร่วมมือร่วมใจกันสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวของชุมชน

4) จัดให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เกิดความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น ด้วยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมประเพณี ทั้งการแสดงต่างๆ การเป็นอาสาสมัคร



เทศกาล ชัยภูมิ



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ท่องเที่ยวเพื่อให้ความช่วยเหลือและให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ ของงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีประจำท้องถิ่น

7. การรวมบริการการท่องเที่ยว (Packaging)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของอีสานใต้เป็นชาวไทยซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวดีอยู่แล้ว จึงไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่จัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยวเช่นกัน สำหรับการบริการการท่องเที่ยวนั้นนับว่ามีความจำเป็นที่จะประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นทั้งการมีบริการการท่องเที่ยว การให้ข้อมูล การจัดให้มีมัคคุเทศก์ผู้ชำนาญการและมีประสิทธิภาพ และเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน

8. กลยุทธ์ด้านราคา (Pricing)

นักท่องเที่ยวมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและงานประเพณีก่อนการเดินทาง โดยพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและคุณภาพในการให้บริการเป็นสำคัญ ในการตั้งราคารวมของการบริการการท่องเที่ยว (Packaging) การรับบริการมัคคุเทศก์ ตัวเข้าชมงานและโบราณสถาน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นดีเด่นของที่ระลึก อาหาร ที่พัก การเดินทางที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอย่างมีคุณภาพ ในการตั้งราคาของการให้บริการท่องเที่ยวควรพิจารณาดังนี้

1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว ดังนั้นควรปรับราคาให้เหมาะสม ไม่แพงเกินไปสำหรับการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวต่างๆ อาจมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับกลุ่มนักศึกษา

2) มาตรการการควบคุมราคาสินค้าในช่วงงานเทศกาลและประเพณี โดยตั้งราคาสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเท่าเทียมกันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความใส่ใจและความไม่เอารัดเอาเปรียบ

3) การตั้งราคาบริการการท่องเที่ยวควรสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะถิ่นซึ่งมีความยิ่งใหญ่และสวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถแสวงหาความรู้และประสบการณ์แปลกใหม่





4) ราคาของบริการการท่องเที่ยวควรพิจารณาว่านักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายใดบ้างในการท่องเที่ยว

แนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของอีสานใต้ที่วางอยู่บนพื้นฐานพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนั้น มีปัจจัยที่สำคัญในการนำมาพิจารณาทั้งหมด 8 ด้าน โดยด้านที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีและโบราณสถานต่างๆ โดยเน้นให้มีรูปแบบที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้มากที่สุด ความงดงามของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการให้บริการการท่องเที่ยวที่แสดงถึงควมมีอัธยาศัยไมตรีของประชาชนในท้องถิ่นและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว รองลงมาเป็นการสร้างความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างประโยชน์ร่วมกันโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นด้วย บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความประทับใจและบริการ และเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน การประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความพร้อมด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและการให้บริการการติดต่อสื่อสารต่างๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายควรเน้นการเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจและภาพเอกชน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวของพนักงานโรงแรม การแนะนำสินค้าและบริการนำเที่ยวต่างๆ บนเว็บไซต์และสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัด การรวมบริการการท่องเที่ยวควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ส่วนการตั้งราคาควรมีราคาเท่าเทียมกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการไม่เอารัดเอาเปรียบ ทุกองค์ประกอบต้องมีการดำเนินการในทิศทางเดียวกันเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวโดยความร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักในอีสานใต้

โรงแรมและที่พักเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญประการหนึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ปัจจุบันสถานที่พักแรมในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนสถานที่พักแรมน้อยที่สุดในขณะที่



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ภาคใต้มีจำนวนสถานที่พักแรมมากที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม แต่กลับมีสถานที่พักแรมจำนวนน้อย การเข้าพักก็ยังมีผลกระทบอยู่ ในแหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางและเข้าพักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อนมากกว่าที่เข้าพักตามสถานที่พักแรมเชิงพาณิชย์ ซึ่งจากผลการศึกษาของกานดา สีหเนตร และคณะ (2550) ได้พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน คือ 1) กระบวนการให้บริการ 2) บุคลากร 3) สถานที่ 4) ราคาห้องพัก 5) กายภาพ 6) ผลិតภัณฑ์ และ 7) การส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1) กระบวนการให้บริการ (Process) 2) บุคลากร (People) และ 3) สถานที่ (Place)

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ผู้เข้าพักโรงแรมและที่พักประเภทต่างๆ ที่มีอายุแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ประการที่สอง ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกัน ประการที่สาม ผู้เข้าพักที่มีอาชีพแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่แตกต่างกัน ประการสุดท้าย ผู้เข้าพักที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่และบุคลากรแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทที่พัก วิธีการสำรองห้องพักและราคาห้องพัก คือ ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกจะขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา โดยผู้เข้าพักส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะเลือกเข้าพักในโรงแรม ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมหรือน้อยกว่าจะเลือกพักในเกสต์เฮาส์ ซึ่งสัมพันธ์กับราคาของห้องพักที่แต่ละกลุ่มเลือก วิธีการสำรองห้องพักจะขึ้นอยู่กับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ เนื่องจากผู้เข้าพักที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีสิ่งแวดล้อมที่จะอำนวยความสะดวกในการสำรองห้องพักที่แตกต่างกัน สำหรับอัตราราคาห้องพักที่เลือกจะขึ้นอยู่กับอายุ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ผู้เข้าพักที่มีอายุมากมักมีรายได้และมีความสามารถที่ซื้อบริการมากกว่าผู้เข้าพักที่มีอายุน้อย

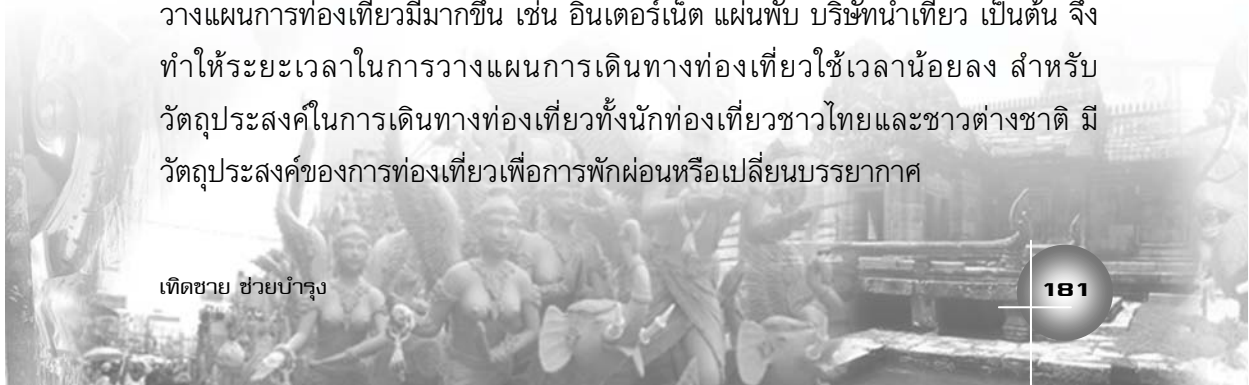




ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกที่พักมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1) สถานที่ตั้งของโรงแรมและที่พัก 2) ปัญหาด้านการสอบถามราคาห้องพัก และ 3) การให้ข้อมูลของพนักงาน อีกทั้งผู้เข้าพักต้องการให้ที่พักประเภทต่างๆ มีการพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ป้ายบอกตำแหน่งสถานที่ตั้ง 2) ความสะอาดภายในและภายนอกห้องพัก และ 3) ภูมิทัศน์โดยรอบ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการและความแตกต่างของกลุ่มลูกค้า สำหรับภาครัฐก็ควรลงทุนในสาธารณูปโภคต่างๆ ที่จะเอื้อต่อการพัฒนาการประกอบการด้านที่พักและนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในที่สุด

พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะในอีสานใต้ อดีตเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านอารยธรรมขอมโบราณในยุคพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เฉพาะพื้นที่อีสานใต้ ซึ่งนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเน้นการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สูงขึ้น โดยใช้เส้นทางทางการท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางวัฒนธรรมขอมจากเส้นทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทยสู่นครวัดของประเทศกัมพูชาตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีสานใต้ โดยใช้หลักยุทธศาสตร์การตลาดนำการพัฒนา คือ พัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายเครือข่ายในการดำเนินการโดยดึงดูดเด่นของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการศึกษาของพิสมัย ประชานันท์ และคณะ (2550) พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน อาจเป็นเพราะปัจจุบันแหล่งสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนการท่องเที่ยวมีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น จึงทำให้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยลง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศ



เทิดชาย ช่วยบำรุง



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาท่องเที่ยวในอีสานใต้ ประมาณ 2-3 วัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้สำรวจไว้ในปี 2549 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 5 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มากกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 อาจอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอีสานใต้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ซึ่งก็ส่งผลต่อการใช้เวลาในการเดินทางเพิ่มขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ให้ความสำคัญต่อการซื้อของระหว่างการเดินทางน้อยลง ประกอบกับของฝากหรือของที่ระลึกที่จำหน่ายมีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก ยากต่อการขนย้ายในระหว่างที่เดินทาง ในขณะที่อาหารสำเร็จรูปที่ราคาไม่แพงมีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารท้องถิ่นมีจำนวนมากและราคาถูก ที่พักราคาให้เลือกหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพร้อมของค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง

ความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหารและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก บริษัทนำเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปเยี่ยมชมนั้นเป็นสิ่งแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คาดหวังสูงเกี่ยวกับด้านต่างๆ ก่อนการท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อได้ท่องเที่ยวแล้วและพบว่าดีกว่าที่คาดหวังจึงมี





ความพึงพอใจมากกว่า อย่างไรก็ตามความพึงใจในทุกด้านของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยอยู่ในระดับปานกลางถึงปานกลางค่อนข้างน้อยทางมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในอีสานใต้ยังต้องได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

การสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง ซึ่งตนเองได้ไปพบไปสัมผัสมา เช่น การไปใช้บริการ และอาจได้มาจากประสบการณ์ทางอ้อม เป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านกระบวนการสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอีสานใต้

จากการศึกษาของสายใจ ทันการ และคณะ (2550) ซึ่งใช้คำขวัญของแต่ละจังหวัดเป็นฐานในการศึกษา ได้แก่ คำขวัญของจังหวัดนครราชสีมา “เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ประสาทหิน ดินด่านเกวียน” คำขวัญของจังหวัดบุรีรัมย์ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม” คำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” คำขวัญของจังหวัดศรีสะเกษ “แดนปราสาทขอม หอมกระเทียมดี มีสวนสมเด็จ เขตดงลำดวน หลากล้วนวัฒธรรม เลิศล้ำสามัคคี” และคำขวัญของจังหวัดอุบลราชธานี “เมืองแห่งดอกบัวงาม แม่น้ำสองสี มีปลาแซบหลาย หาดทรายแก่งหิน ถิ่นไทยนักปราชญ์ ทวยราษฎร์ใฝ่ธรรม งามล้ำเทียนพรรษา” โดยผลการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้มี 2 มุมมอง คือ ด้านโบราณสถานโบราณวัตถุและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม





พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

คันทารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในอีสานใต้เป็น
การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมขอม

การเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอีสานใต้

1. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
ควรปรับปรุงและรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและอยู่ในสภาพที่ดี ปรับปรุง
ภูมิทัศน์หรือเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกและปลอดภัยตลอด
การเดินทาง

2. ภาครัฐควรพัฒนาหรือหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่นเพื่อดึงดูด
นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนเพราะจะทำให้เกิดรายได้กับชุมชน

3. ภาครัฐควรปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น
การเดินทางด้วยรถประจำทางที่ปลอดภัย ราคาไม่แพง มีบริการอย่างต่อเนื่อง
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว

4. ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจ จึงควรมี
ผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวประจำอยู่อย่างน้อย 1 คน เพื่อให้ความรู้และสื่อสารกับ
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหรืออาจบันทึกเรื่องราวเป็นลายลักษณ์อักษร
อย่างชัดเจนเพื่อให้ นักท่องเที่ยวศึกษาด้วยตนเอง

5. เนื่องจากธรรมชาติของอีสานใต้มีความแห้งแล้งและอากาศร้อน
การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งส่วนใหญ่จะมีระยะทางห่างไกล จึงควร
มีจุดแวะพักระหว่างทางซึ่งอยู่ในย่านชุมชน หรือใกล้กับส่วนราชการหรือสถานีตำรวจ
และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ห้องน้ำที่พร้อมใช้งาน

6. การเดินทางในอีสานใต้โดยเฉพาะจากจังหวัดบุรีรัมย์ถึงอุบลราชธานี
ปั้มน้ำมันมีปริมาณน้อยและห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด ทำให้นักท่องเที่ยวหรือแม้แต่คนใน
ท้องถิ่นบางส่วนก็ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ต้องเข้าห้องน้ำ
บ่อยๆ





7. สินค้าในแหล่งท่องเที่ยวมีราคาสูงกว่าคุณภาพสินค้า สินค้าบางชนิดหมดอายุแต่ขายไม่ได้ก็ยังคงวางขายอยู่ รัฐบาลจึงควรมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวด

8. สินค้าพื้นบ้านของอีสานใต้ที่เป็นของฝากของที่ระลึกในแต่ละท้องถิ่นมีน้อย และไม่มี ความหลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์และราคา เช่น ผ้าไหมแท้จะมีราคาสูง การนำผ้าไหมมาตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องใช้เงินอีกไม่น้อย นักท่องเที่ยวจึงซื้อเป็นของฝากของที่ระลึกได้ไม่บ่อย แต่หากนำผ้าไหมแท้มาทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระเป๋าใส่เงินรูปแบบต่างๆ หลากหลายขนาดและสีล้น ดอกไม้ประดับเสื้อหรือตกแต่งบ้าน สินค้าที่มีขนาดเล็กแต่ดูดี ราคาไม่สูงและพกพาสะดวก จะขายได้ง่ายกว่าสินค้าชิ้นใหญ่ที่มีราคาแพง รัฐบาลจึงควรสนับสนุนให้ชุมชนพัฒนางานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างจริงจัง ให้ทักษะความรู้ด้านการตลาดและหาช่องทางการจำหน่ายสินค้า

9. ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวหรือระหว่างการเดินทางในภาคอีสาน เช่น พนักงานที่ปั้มน้ำมันหรือร้านอาหาร ยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการบริการและการให้ข้อมูลต่างๆ

10. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลาย

11. ควรจัดกิจกรรมประกวดหรือแข่งขันด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวอย่างสม่ำเสมอ

12. บรรจุวิชาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนในโรงเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

13. ในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวควรจัดตั้ง “กลุ่มบริการทางการท่องเที่ยว” โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม

แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวในอีสานใต้

การพัฒนาการท่องเที่ยวในอีสานใต้ต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนดังตาราง 16



พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้

ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย

ตาราง 16 แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาคส่วนต่างๆ

หน่วยงาน	แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยว
กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	- กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว เช่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวด้านงานเทศกาลและวัฒนธรรมประเพณี การพัฒนาสินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - พัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยว - สร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว - เชื่อมโยงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัดในภูมิภาคและจังหวัดที่มีอารยธรรมเชื่อมโยงกัน - ยุทธศาสตร์การบูรณาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ธุรกิจการท่องเที่ยวและองค์กรประชาชน - ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากร การนำผู้บริหารและบุคลากรไปศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ
โรงเรียนระดับ มัธยมศึกษา	จัดตั้งองค์กรพิเศษ รับสมัครนักเรียนที่มีความสนใจการท่องเที่ยวให้เป็นผู้นำเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้ชื่อชมรมคฤศน มีอาจารย์ให้คำแนะนำเติมเต็มความรู้ เป็นการฝึกอบรมให้นักเรียนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เป็นการหารายได้พิเศษในวันหยุด และได้พัฒนาทักษะการกล้าแสดงออกในสิ่งที่ถูกต้อง
สถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา	- พัฒนาหลักสูตรการเรียนสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย มีความเป็นปัจจุบัน เน้นให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติภาคสนามมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ - จัดตั้งบริษัททัวร์จำลองให้นักศึกษาได้ฝึกงานก่อนสำเร็จการศึกษา - ประสานงานให้นักศึกษาได้ทำงานพิเศษในช่วงวันหยุด - บริการความรู้สู่ชุมชน
องค์กรปกครองส่วน	สนับสนุนให้ชุมชนรักษา พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ





หน่วยงาน	แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยว
ท้องถิ่น	และสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้มีความสวยงาม สะอาด สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน 2. กำหนดงานประชาสัมพันธ์ชุมชนเป็นนโยบายองค์กร
ตำรวจภูธร	1. ให้การดูแลรักษาความปลอดภัยในชุมชน มีจุดตรวจบริการ 24 ชั่วโมง 2. มีโทรศัพท์สายด่วน พร้อมให้บริการทันที 3. สร้างเครือข่ายการทำงานกับชุมชน เช่น ตำรวจท่องเที่ยว สถานพยาบาล 4. พัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษาต่างประเทศให้เจ้าหน้าที่ตำรวจที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติ	1. ดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบอุทยานให้สวยงาม 2. ดูแลรักษาอุทยานให้มีความเป็นธรรมชาติดั้งเดิม 3. ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม 4. รักษาเอกลักษณ์ของอุทยาน 5. ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนได้มาศึกษาหาความรู้ 5. จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้ประชาชนมาท่องเที่ยว กิจกรรมนั้นต้องไม่กระทบหรือทำลายเอกลักษณ์เดิมของอุทยาน
องค์กรสื่อสารมวลชนในท้องถิ่น	1. แจ้งข่าว ประกาศข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนตามที่หน่วยงานต่างๆ ส่งเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ 2. ให้ความร่วมมือในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ 3. ผลิตรายการท่องเที่ยว เผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ 4. เป็นสื่อกลางเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้รับข้อมูลตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในชุมชน 5. เป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวังภัยให้สังคม
สำนักงานสาธารณสุข	1. ผลิตและเผยแพร่เอกสารให้ความรู้เรื่องการรักษาพยาบาลเบื้องต้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 2. ผลิตข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางการดูแลสุขภาพเผยแพร่โดยสื่อมวลชน เช่น รายการวิทยุกระจายเสียงออกอากาศ