



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Authenticity management of South Isan Tourism

โดย จารุณี ชัยโชติอนันต์ และคณะ

31 พฤษภาคม 2550

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Authenticity management of South Isan Tourism

คณะผู้วิจัย

- 1.จารุณี ชัยโชติอนันต์
- 2.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์
- 3.ปิยะนันท์ สายัณห์ปทุม

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่
อย่างยั่งยืนกลุ่มอีสานใต้ระยะที่ 1 ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้าง
ความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่
ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การทำงานวิจัย เรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในครั้งนี้ สำเร็จไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับคำชี้แนะอย่างเอาใจใส่แบบเป็นกระบวนการจาก ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้จัดการการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย จึงขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้ เป็นเบื้องต้น

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์โกวิท เชื้ออมกลาง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ที่ให้โอกาสและให้กำลังใจในการทำงานด้วยดี ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์สุทธิ ภิญญวนิชะ รองศาสตราจารย์สมมาตร ผลเกิด ดร.สรเชต วรคามวิชัย อาจารย์เทียนชัย ให้ศิริกุล อาจารย์ อัญชลี เปล่งวิทยา อาจารย์ไสว แก้วกล้า ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และดูแลเนื้อหาใน การทำงานวิจัยให้สมบูรณ์

ขอขอบคุณทีมนักวิจัย เพื่อนร่วมงาน นักท่องเที่ยว นักศึกษา ครอบครัว และผู้ที่นักวิจัย ได้มีโอกาสเข้าไปติดต่อสัมพันธ์ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย อย่างดียิ่ง

สุดท้ายขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ให้โอกาส และประสบการณ์การ เรียนรู้เพื่อทำงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อตัวเองและสังคม ด้วยความสุข และอิ่มเอมใจเป็นอย่างยิ่ง ที่นักวิจัยทุกคนจะลืมมิได้เช่นเดียวกัน

จารุณี ชัยโชติอนันต์
รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์
ปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม
30 มิถุนายน 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่มาจากหลักการและเหตุผลว่า พื้นที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ ซึ่งมีทั้งหมด 6 จังหวัด คือจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี มีแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจรูปแบบหลากหลาย ตามอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปเป็นรายจังหวัด คุณค่าและความงดงามที่เกิดจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเหล่านั้น เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรับรู้ที่ประทับใจด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เกิดการรับรู้ในคุณค่า และความงดงามที่เป็นของจริง ของแท้ดั้งเดิม นักท่องเที่ยว ท้องถิ่น ชุมชน และผู้จัดการการท่องเที่ยว สามารถนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างชัดเจน มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการเรื่องดังกล่าวต่อไปให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม

โครงการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ จากประสบการณ์การรับรู้คุณค่า ความงดงามและความน่าสนใจจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ในเรื่องของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิษพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น โดยนักวิจัยได้ตั้งคำถามงานวิจัยเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้คือ ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์

พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร

เรื่องความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด นักวิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยการใช้อย่างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักวิชาการและผู้รอบรู้เรื่องของจังหวัดและอัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มจังหวัดทั้ง 6 จังหวัด **ผลการวิจัยพบว่า** อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เหมือน และลักษณะที่เป็นเฉพาะของตนเองในเรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น

เรื่องการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักวิจัยใช้วิธีสำรวจโดยใช้แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 433 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 102 คน **ผลการวิจัยพบว่า** นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์จำแนกตามรายจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกๆเรื่อง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1.3.1 ในภาคผนวก ข. ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์จำแนกตามรายจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่าและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เรื่องความงดงามและน่าสนใจในการฟังการพูดภาษาถิ่นของผู้คน และ เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2.3.1 ในภาคผนวก ข. แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในการฟังการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่า และความน่าสนใจของพืชพรรณไม้

พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2.4 ในภาคผนวก ข.

เรื่องการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และการหาแนวทางกำหนด ยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน นักวิจัยใช้การจัดเวทีประชุมกลุ่มเป็นเครื่องมือ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพื่อเจาะจงจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน จากหน่วยงานสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์การบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1- 2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึง ผู้ใช้งานวิจัย ผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ **ผลการวิจัยพบว่า** จังหวัดและกลุ่มจังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างแท้จริงและจริงจัง เพื่อให้สามารถนำอัตลักษณ์เหล่านั้นมาจัดการเรื่องสุนทรียภาพให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดและกลุ่มจังหวัดควรกำหนดเป็นให้ยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในเรื่องอัตลักษณ์ที่เด่นๆของจังหวัด บางกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ในเรื่องวัฒนธรรมประเพณี อาจจัดเป็นเทศกาล หรือเป็นสัปดาห์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เดินเที่ยวชมกิจกรรมเหล่านี้ในพื้นที่อื่นๆ ที่อาจมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไป และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาล หรือกำหนดการจัดกิจกรรมที่ท้องถิ่นหรือกลุ่มจังหวัดมีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

นักวิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไปว่า การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ควรทำเป็นรายจังหวัด หรือทำเป็นรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่แล้ว อาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจ หรือมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างสูง เพื่อให้ให้นักวิจัยได้สามารถค้นหาคุณค่าและความงดงามเหล่านั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ นำผลวิจัยเหล่านั้นไปสู่การสนับสนุนและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่า ในท้องถิ่น ประชาชน และนักท่องเที่ยวได้ประโยชน์จากคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์เหล่านั้นอย่างแท้จริง

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG4950059

ชื่อโครงการ : การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ชื่อนักวิจัย : จารุณี ชัยโชติอนันต์ รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ ปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

E-mail Address : Jarunee.chaichodanan@gmail.com

และ Jarunee.chaichodanan@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 มิถุนายน พ.ศ. 2549 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2550

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้เรื่องคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดนักวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักวิชาการและผู้รู้ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว นักวิจัยใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 433 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 102 คน การหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และการหาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน นักวิจัยใช้การจัดเวทีประชุมเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เป็นเฉพาะของตนเองในเรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิษพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่ เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ ธรรมชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่ และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาลประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

คำหลัก : การจัดการ สุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยว อัตลักษณ์

Abstract

Project Cod: RDG4950059

Project Title: The management of Tourism Authenticity in the Lower
Northeastern Part of Thailand

Investigators: Jarunee Chaichodanan
Rapeepan Pong-Inwong
Piyanan Sayanpatum
Buriram Rajbhat University

Email Address Jarunee.chaichodanan@gmail.com and
Jarunee.chaichodanan@hotmail.com

Project Duration: 1 Jun, 2006 - 30 May, 2007

The objectives of this research were to study an image of the Lower Northeastern Part of Thailand, the level of tourism authenticity in the Lower Northeastern Part of Thailand, the tendency of tourism authenticity management in the Lower Northeastern Part of Thailand, and the strategies strengthening stably the strange of tourism development and management liking with the neighbor country. The two instruments were used as the in-depth interview for exploring the image of province and questionnaire for exploring the group of population's opinion toward that image. The explored population was as 433 persons of Thai's tourisms and 102 persons of foreigner's tourisms. There was the making of conference in order to meet third objective using the population relative with the province tourism management.

The results were found that different provinces in the Lower Northeastern Part of Thailand had their image of local culture, custom, pronunciation, language, dressing, personality, nature tourism attraction, knowledge of tourism attraction, local plants, products of cloth, food and architecture.

In the level of tourism authenticity of the Lower Northeastern Part of Thailand, it was found that the tourism authenticity of Thai's tourist was in forth level, but for foreigner in forth level for the same. When it compared between both, statistical value of

T-Test was at .05 in the matters as beauty, value, an interesting things of activities occurring from the culture and custom, beauty of language, dressing, personality, and knowledge of tourism attraction, the taste of foods, which the foreigner would have more than Thai Tourists.

In third research question, it was found that the province should look for their real image. For the tendency of authenticity management, it was found that the province should determine their strategies starting from the center to locality and make the activities of culture change between the foreigner in annually festival especially provinces settling near the neighbor country.

Keyword : Management , Authenticity, tourism, Identity

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
คำถามการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	9
แนวทางการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	9
สรุป	9
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	11
ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	20
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ	21
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว	23
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	26
แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรีย สุนทรียภาพ สุนทรียศาสตร์	42
แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56

สรุป	58
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	71
กรอบแนวคิด	71
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	73
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	75
การเก็บรวบรวมข้อมูล	76
การวิเคราะห์ข้อมูล	77
สรุป	77
บทที่ 4 ผลการศึกษา สรุป	80
ผลการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	80
ผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	101
ผลการศึกษาการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	127
ผลการศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน	130
อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	133
อภิปรายผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	138
อภิปรายผลการศึกษาการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	148
อภิปรายผลการศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน	149
ข้อเสนอแนะ	149
สรุป	150
บทที่ 5 บทสรุป	154
บรรณานุกรม	177
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. บทความ	179

ภาคผนวก ข. ตารางวิเคราะห์ข้อมูล	197
ภาคผนวก ค. แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม เอกสารที่เกี่ยวข้อง	247
ภาคผนวก ง. ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน	265
ภาคผนวก จ. ตารางเปรียบเทียบกิจกรรมที่เสนอในข้อเสนอโครงการ และกิจกรรมที่ทำจริง	275
ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณะนักวิจัย	279

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงแผนการทำงานของโครงการวิจัย	6
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ปี 2549	73
ตารางที่ 3.2 แสดงกลุ่มตัวอย่างชาวไทย	74
ตารางที่ 3.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ	74
ตารางที่ 3.4 แสดงสรุปวิธีดำเนินการวิจัย	77
ตารางที่ 4.1 แสดงการสรุปผลการวิจัย	131

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 3.1 แสดงกรอบแนวคิด	72
ภาพที่ 4.1 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	81
ภาพที่ 4.2 แสดงอัตลักษณ์การแต่งกายของผู้คนในจังหวัดอีสานใต้	84
ภาพที่ 4.3 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนในจังหวัดอีสานใต้	86
ภาพที่ 4.4 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ในจังหวัดอีสานใต้	87
ภาพที่ 4.5 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว	90
ภาพที่ 4.6 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง	92
ภาพที่ 4.7 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน	95
ภาพที่ 4.8 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น	96
ภาพที่ 4.9 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	98
ภาพที่ 4.10 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	103
ภาพที่ 4.11 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงาม และความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของชาติพันธุ์	105
ภาพที่ 4.12 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงาม และความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน	107
ภาพที่ 4.13 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงาม คุณค่า และความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	108
ภาพที่ 4.14 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความน่าสนใจ ขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว	112
ภาพที่ 4.15 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงาม คุณค่า และความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง	115
ภาพที่ 4.16 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงามและคุณค่า ของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน	118

ภาพที่ 4.17 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น	119
ภาพที่ 4.18 แสดงผลของการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงดงาม และความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	121

บทที่ 1.

บทนำ

1.1 บทนำ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (The Authenticity management of South Isan Tourism) เป็นการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยวัดระดับการรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง หรือทั้ง 6 จังหวัด ในบทนี้ นักวิจัยจะได้กล่าวถึงหลักการและเหตุผลในการทำงานวิจัย วัตถุประสงค์ในการทำงานวิจัย คำถามงานวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย ตลอดจนแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ โดยจะได้กล่าวถึงตามลำดับต่อไปนี้คือ

1.2 หลักการและเหตุผล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงเหตุผลในการทำงานของนักวิจัย นักวิจัยจึงได้อธิบายถึงหลักการและเหตุผลในการทำงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับประเทศได้หลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและคนในท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นมีรายได้จากการที่ประชาชนมีงานทำในแหล่งท่องเที่ยวหรือในกิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของคนในชุมชน ไม่ต้องอพยพย้ายถิ่นไปทำงานในเมืองหรือชุมชนอื่น ส่วนด้านวัฒนธรรมนั้น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลายตามวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของคนไทยเอง ทำให้นักท่องเที่ยว ที่ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าและความงามที่เป็นความสุข เกิดความประทับใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้วยความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมี

ให้เลือกท่องเที่ยวอย่างหลากหลายทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ และวัฒนธรรมที่เกิดจาก ประเพณีท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้มีความเป็นเอกลักษณ์ ของ กลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายทั้งในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณี สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร ภาษาพูด ความมีน้ำใจที่งดงาม และความหลากหลายของพืชพรรณธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยว นิยมที่จะมาเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

พื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ มีทั้งหมด 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี กิจกรรมและประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 6 จังหวัดนั้น มีความน่าสนใจทั้งด้าน วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่หลากหลายตามความเป็นอัตลักษณ์ แตกต่างกันไปตามรายจังหวัด ความงดงามที่เกิดจากความอัตลักษณ์ของจังหวัดทั้งหลาย ก่อให้เกิดความประทับใจทางด้าน สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คุณค่าและความงามที่สุนทรียเหล่านี้สร้างเสน่ห์ที่โดดเด่นให้แก่ จังหวัดในกลุ่มอีสานได้อย่างมากมาย ทั้งหมดนี้มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสานได้ในที่สุด

ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้เป็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการ จัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนซาบซึ้งถึงเสน่ห์ในวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการรักษาคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ทราบถึง คุณค่าของความเป็นมา ความสำคัญของพื้นที่ และวัฒนธรรมชุมชน นอกจากนั้นผู้ดำเนินการ เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวก็สามารถนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนอย่างแท้จริง ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งมีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็น สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการในเรื่องดังกล่าวต่อไปอย่าง เหมาะสม

ดังนั้นคณะผู้ศึกษาวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากอัตลักษณ์ของชุมชนในประเด็นของสถาปัตยกรรม ภาษา อาหาร เครื่อง แต่งกาย การดำเนินชีวิต พืชพรรณไม้และวัฒนธรรมอื่นๆ ของพื้นที่ว่ามีความเป็นอัตลักษณ์ อย่างไรบ้าง มีความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด มีแนวทางในการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างไร และมียุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้าง ความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

จากหลักการและเหตุผลในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่กล่าวมา นักวิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้คือ

- 1.3.1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
- 1.3.2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 1.3.3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 1.3.4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

1.4 คำถามการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ดังกล่าว นักวิจัยได้ตั้งคำถามงานวิจัยเพื่อให้สามารถตอบคำถามที่ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้คือ

- 1.4.1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร
- 1.4.2. ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด
- 1.4.3. แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร
- 1.4.4. ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นงานวิจัยที่กล่าวถึงคุณค่า ความน่าสนใจ ความงาม ความซาบซึ้ง ความประทับใจจากการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดจากความเป็นตัวตนที่แท้จริงของ สถานที่ท่องเที่ยว บุคคล วัฒนธรรมประเพณี อาหารการกิน ตลอดจนทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นตัวตนของจังหวัดนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน นักวิจัยจึงได้นิยามศัพท์ที่ใช้เฉพาะงานวิจัยในครั้งนี้ดังต่อไปนี้คือ

- 1.5.1 สุนทรียะ สุนทรียะคือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามของจิตใจ ความประณีตงดงามของการใช้ชีวิตส่วนตัว และส่วนรวม ที่หมายรวมถึง ทศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม และวรรณกรรม

1.5.2 สุนทรียภาพ สุนทรียภาพคือความรู้สึกถึงความงาม ภาพความงามในความคิดหรือภาพของความงามในสมอง (Image of Beauty) ศักยภาพของการรับรู้ความงามที่สามารถสัมผัสหรือรับความงามได้แตกต่างกัน เป็นความงามที่อาจเกิดจากภาพ จากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษร หรือประสาทสัมผัสอื่นๆ

1.5.3 สุนทรียศาสตร์ สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์หรือวิชาที่เกี่ยวกับความงามและสิ่งที่น่าสนใจในงานศิลปะ และในธรรมชาติ โดยการศึกษาประสบการณ์ คุณค่าของความงาม และมาตรการตัดสินใจว่า อะไรงาม หรือไม่งาม เป็นแนวคิดในเชิงปรัชญา เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือเป็นความรักในภูมิปัญญา (Love of Wisdom) การแสวงหาความจริง ความดี และความงาม สุนทรียศาสตร์อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ เรื่อง ของทฤษฎี เรื่องของเหตุผลในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญาหรือนักสุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง

1.5.4 สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือคุณค่าและความงามที่เกิดจากการแสวงหาความจริงที่เป็นของแท้จากบริบทของภูมิปัญญา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามที่เกิดจากการใช้ชีวิตของผู้คน ที่สามารถสร้างประสบการณ์ชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนได้

1.5.5 อัตลักษณ์ อัตลักษณ์คือความเป็นตัวตนของผู้คน ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน แหล่งธรรมชาติและความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม อุดมคติ การจัดความสัมพันธ์กับคนอื่นภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะแสดงตัวตนหรือความเป็นอัตลักษณ์ในรูปของภาษา หรือเทคโนโลยีอื่นๆ

1.5.6 การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือการวางแผนทาง การกำหนด หรือการจัดการที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดสุนทรียภาพจากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยการสนับสนุน ส่งเสริม หรือจัดการให้เกิดความงามที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในบริบทของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร วิถีชีวิตและความงดงามในการดำเนินชีวิต ศิลปะ วรรณกรรม หัตถกรรมและสถาปัตยกรรม

1.6 ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักวิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรม เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้คือ

1.6.1 กิจกรรมด้านการหาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.6.1.1 หาข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการศึกษเอกสาร และจากข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.6.1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการและบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงก้อนหิมะ(Snowball sampling)

1.6.2 กิจกรรมด้านการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังต่อไปนี้คือ

1.6.2.1 สร้างแบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาที่เกี่ยวข้องหาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach)กำหนดกลุ่มด้วยตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามอนเน (Taro Yamone)

1.6.2.2 สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามอนเน (Taro Yamone) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

1.6.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบไค-สแควร์(χ^2)แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.6.3 กิจกรรมด้านการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และกิจกรรมด้านการหาแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่ม

ประเทศเพื่อนบ้าน โดยการ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทางการจัดการความเป็น
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ หาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพา
เสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดย
เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง โดยได้วาง
แผนการทำงานของโครงการวิจัยตามตารางด้านล่างนี้

แผนงานของโครงการ

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงแผนการทำงานของโครงการวิจัย

คำถาม งานวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	เครื่องมือ/กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.ความเป็น อัตลักษณ์ของ กลุ่มจังหวัดอีสาน ใต้มีลักษณะเป็น เช่นไร	1.การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ 2.การสัมภาษณ์แบบ เจาะลึกกำหนดกลุ่ม ตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง เชิงก่อนหิมะ	1.เอกสารและงานวิจัยที่ เกี่ยวกับอัตลักษณ์ ของ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2. แบบสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก จากผู้หรือ ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับ ความเป็นอัตลักษณ์ของ จังหวัด	รายละเอียดเกี่ยวกับ ลักษณะที่แสดงความ เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ในแต่ละ จังหวัดจากบริบทของ ประเพณี วัฒนธรรม การ แต่งกาย ภาษาพูด สถาปัตยกรรมของ บ้านเรือน สภาพที่อยู่อาศัย ฯลฯ
2.ความมีสุนทรีย ศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัด อีสานใต้อยู่ใน ระดับใด	1.การสำรวจความคิดเห็น จากนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็น รายจังหวัดด้วยแบบสำรวจ ตรวจสอบความถูกต้องของ เนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจาก สาขาที่เกี่ยวข้อง หาความ เชื่อมั่น โดยใช้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา(Alpha Coefficient)ตามวิธี ของครอนบาช(Cronbach)	1.ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับ เรื่องของสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) เรื่องของ คุณค่าที่เป็นของแท้ ของ จริง และของดั่งเดิม (Authenticity) 2.แบบสำรวจระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสานใต้ ใช้	1.รายละเอียดเกี่ยวกับ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ในแต่ละ จังหวัด ทั้งของชาวไทยและ ชาวต่างชาติ 2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการสำรวจระดับความ สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสานใต้

คำถาม งานวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	เครื่องมือ/กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	กำหนดกลุ่มด้วยตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามอนะ (Taro Yamone) 2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	วิธีสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แยกเป็นรายจังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ	มีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ

คำถามงานวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	เครื่องมือ/กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
3. แนวทางการจัดการทางสุนทรีย์ ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ควรทำอย่างไร	1.การจัดเวทีประชุมตัวแทนสาขาอาชีพต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากทั้ง6จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง 2.การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ประชุมเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์จากผลการสำรวจระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อระดมความคิดเห็นในการหาแนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจอื่นๆ	ข้อสรุปในเรื่องแนวทางการจัดการความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.7. ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

- 7.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 - 7.2 ระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 - 7.3 แนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 - 7.4 แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
- โดยแบ่งผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับเป็นช่วงเวลาทำงานดังต่อไปนี้คือ
- 6 เดือนที่ 1.**
1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แยกเป็นรายจังหวัด ทั้ง 6 จังหวัด
 2. แบบสำรวจ ระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แยกเป็นรายจังหวัด
- จำนวน 3 จังหวัด

6 เดือนที่ 2.

1. ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แยกเป็นรายจังหวัดจำนวน 3 จังหวัด
2. แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

- 1.8.1 จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ทราบแนวทางสร้างสิ่งที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ทั้งดงามของความเป็นไทยในแต่ละจังหวัดได้อย่างชัดเจน
- 1.8.2 นักท่องเที่ยวเข้าใจและซาบซึ้งความเป็นไทยอีสาน ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัดมากขึ้น
- 1.8.3 กระตุ้นให้เกิดการรักท้องถิ่นของประชาชนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.9 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.9.1 ทำรายงานส่งผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 1.9.2 ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ชุมชนเห็นความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการและพัฒนาความมีสุนทรียศาสตร์ของชุมชน ด้วยบทความ หรือสารสนเทศอื่นๆในรูปแบบที่เหมาะสม

1.10 สรุป

โครงการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นงานวิจัยที่หาระดับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ด้วยคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยมีหลักการและเหตุผลว่า การจัดการการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดควรอยู่บนพื้นฐานของคุณค่าและความงดงามของอัตลักษณ์ที่ท้องถิ่นมีอยู่ ในเรื่องของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พิษพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่นโดยที่นักวิจัยอยากทราบว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร และยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน

โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร การดำเนินวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ การสัมภาษณ์ การสำรวจ และการจัดเวทีประชุมเป็นเครื่องมือในการทำงานวิจัย โดยคาดว่าจะได้ผล จากงานวิจัยในครั้งนี้คือ ได้ประเภทและความอัตลักษณ์ ได้ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ได้ แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และได้แนวทางกำหนด ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สูความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และคาดว่า จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด จะทราบแนวทางค้นหาและสร้างสิ่งที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ที่งดงามของตนเองในแต่ละ จังหวัดได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถสร้างความซาบซึ้งถึงความงดงามและคุณค่าความเป็นไทย เกิดกระตุ้นให้เกิดการรักท้องถิ่นของประชาชน และสามารถทำให้ประชาชนได้รับ ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในที่สุด โดยใช้ระยะเวลาในการทำงานทั้งหมด 12 เดือน

บทที่ 2

วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนำ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ The Authenticity management of South Isan Tourism เป็นโครงการวิจัยเพื่อหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยนักวิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และเพื่อให้ได้แนวคิดในการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คณะนักวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้คือ

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับ การจัดการการท่องเที่ยว

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรีย สุนทรียภาพ สุนทรียศาสตร์ และสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ในการประชุม Globe'90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)ว่า หมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” (สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2538)

เชียร์เลย์ อีเบอร์ (Shirley Eber 1993) จึงได้สรุปหลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ดังนี้คือ

1. มีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
2. มีการลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) มารตการนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
3. มีการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintaining Diverse) มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. มีการประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism Planning) โดยพัฒนาให้เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
5. มีการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น (Supporting Local Economics) โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย
6. มีการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว (Involving Local Communities) ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย
7. มีการปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน
8. มีการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff)โดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
9. มีการตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล(Marketing Tourism Responsibly) จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. มีการวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ (Undiputeing Research) ซึ่งจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จากแนวคิดที่กล่าวมาจะเห็นว่า แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) จากยุคสังคมบริโภคนิยมสู่สังคมยุคสมัยสังคมเป็นใหญ่ : (สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย, 2538) ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All Tourism Should Be Sustainable Tourism : Dowlingl. 1995) กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (<http://www.Greenzonethailand.com>.) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ ดังนี้คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน มีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 การท่องเที่ยวในสมัยโลกไร้พรมแดน นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมของโลกเป็นกรอบในการจัดการด้วยจึงจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism) โดยแบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ดังนี้คือ 4 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ควรมีการจัดการดังนี้

1.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย ของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และ ฟอสซิล ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานโดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ผลิตผลิตในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อไปชม ปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุ ในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์ จิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและผลิตผลิต และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่า ของสภาพแหล่งท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน นับถือการเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพทั้งสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจ ต่อสภาพสังคมและ

วัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพ การรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม

2. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu -meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นความชำนาญ

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของหมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านจีนฮ่อ ฯลฯ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกิกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า ฯลฯ ให้ได้รับความเพลิดเพลินเพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนปลอดภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ (Homestay & Farmstay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัว ในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาขึ้นโดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กำหนดความหมายของ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เป็นการให้บริการร่วมกันระหว่าง โรงพยาบาล และผู้จัดการการท่องเที่ยว

8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึง การจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้า จำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัด แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจ้ดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่าการจัดรายการพักรแรมตั้งแต่ 2-7 วัน โดยคือราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M= Meeting/ I= Incentive / C= conference / E= Exhibition) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจ้ดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ที่ร่วมวันเดียว หรือรายการที่เที่ยวพักรแรม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวค้ดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนำมาจ้ดรายการเดินทางท่องเที่ยวในระยะนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผจญภัย (Eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวแบบมีกิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism activities) ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ นั้น นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษในการท่องเที่ยว ช้านาญที่ได้รับฝึกมา เช่น การท่องเที่ยวเดินป่าชมและศึกษาพรรณไม้ สมุนไพร การดูนกดูแมลง การพายเรือ ฝึกช้าง

การเล่นเรือใบ การเล่นบอลลูน การล่องแก่งล่องเรือยาง การเล่นเจ็ตสกีและสกีน้ำ แสดงสาขาต่างๆ การนาเดินไทย การเรียนและฝึกสมาธิ

เกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการจัดการที่ยั่งยืน (Criteria for tourism destination) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจที่คุ้มค่าตามแนวพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยนำแห่งความมีเกณฑ์ ดังนี้คือ

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นดั้งเดิม มีความสะอาด รมรื่น
2. มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ภายใต้ศูนย์บริการอำนวยความสะดวก มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มุมจำหน่ายของที่ระลึก รวมทั้งมีระบบบริการคนพิการด้วย การบริการสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกระดับ (เยาวชน คนสูงอายุ และคนพิการ) ต่อการเดินทาง
3. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมชาติและวัฒนธรรม) ทั้งเส้นทางไป และกลับทางเดิม เส้นทางศึกษาและท่องเที่ยววนั้น ต้องคำนึงถึงความสะดวกสำหรับคนพิการ ตามหลักสากล
4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาเป็นระยะๆ เพื่อให้เกิดความรู้แก่นักท่องเที่ยว
5. มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว
6. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน
7. มีมัคคุเทศก์ หรือวิทยากร หรือนักสื่อความหมายท้องถิ่น ที่รอบรู้นำชม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ความรู้
8. มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นและพหุภาคี เช่น องค์กรภาครัฐบาล องค์กรเอกชน องค์การบริหารส่วนตำบล (อ.บ.ต) และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส
9. มีนโยบายและแผนงานต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งแผนงานการรักษา สภาพแวดล้อม และความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่างๆ ให้มีมาตรฐาน
10. มีแผนพัฒนาบุคลากรและการบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล
11. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมที่รักษาสภาพแวดล้อมและ วัฒนธรรมท้องถิ่น
12. มีแผนงานการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลการบริการ เพื่อพัฒนาการจัดการได้ตาม มาตรฐานสากล

ข้อตกลงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(APEC/PATA Code for Sustainable Tourism) ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์กรด้านการท่องเที่ยวแห่งภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิก คือ การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกให้มีคุณค่าและมีคุณที่มีกว่า 100 ประเทศ ได้ลงนามในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควบคุมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิก ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวมีสาระสำคัญดังนี้

1. อนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ถิ่น แหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์สัตว์ที่อาจจะถูกกระทบกระเทือน

1.2 สนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการค้นหา พื้นที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และกำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์

2. ให้ความเคารพและให้การสนับสนุนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 มีความแน่ใจว่า ในการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น มีความเข้าใจในขนบธรรมเนียมรวมทั้งบทบาทของเด็กและสตรีด้วย

2.2 เปิดโอกาส ให้ประชาชนท้องถิ่นมาร่วมปรึกษาหารือในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นที่มีผลกระทบต่อชุมชน

2.3 สนับสนุนช่วยเหลือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการค้นหามรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อ การอนุรักษ์บริเวณใกล้เคียง

2.4 อดหนุนงบประมาณ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการดำรงอยู่

3. นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้ โดย

3.1 มั่นใจว่า มีการนำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมมาเป็นขั้นตอนหนึ่งในการวางแผน

3.2 สนับสนุนให้มีการติดตามตรวจสอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

3.3 กำหนด นโยบายและตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และ/หรือ การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมท่องเที่ยว

3.4 จัดตั้งองค์กรความร่วมมือ ที่รับเป็นที่ปรึกษาด้านการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง และการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงการท่องเที่ยว

4. สนับสนุน- ช่วยเหลือในพันธกิจการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยมี รายละเอียดดังนี้

4.1 สนับสนุน การปฏิบัติหรือกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในเรื่องของ

4.1.1 ลดการปล่อยสารมลพิษและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4.1.2 อนุรักษ์และรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ

4.1.3 จัดการของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.4 ควบคุมระดับความดังของเสียง

4.1.5 ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรีไซเคิลและใช้วัสดุ ที่ย่อยสลายได้ธรรมชาติ

4.2 สนับสนุน หรือกระตุ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตาม นโยบายของท้องถิ่นภูมิภาค

4.3 สนับสนุนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าของ วัฒนธรรมในทุกๆกิจกรรมและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบต่อด้านการท่องเที่ยว

4.4 สนับสนุน/ กระตุ้น ผู้ประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมใน กิจกรรม

4.5 สนับสนุนด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอันดีงาม

5. ให้การศึกษา- ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย

5.1 สนับสนุน การนำประเด็นเรื่องคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าไปใน การศึกษาการฝึกอบรม

5.2 ส่งเสริม ให้เกิดความพึงพอใจ และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในประเด็นความ เปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายที่ เหมาะสม

5.3 ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ การศึกษาวิจัยด้านผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

6. ร่วมมือกับส่วนต่าง ๆ เพื่อให้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีความยั่งยืน โดย

6.1 ร่วมมือ กับบุคคลและองค์กรต่างๆ ในการร่วมกันปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อตรวจสอบด้วย

6.2 ปฏิบัติตาม ทุกอนุสัญญาระหว่างประเทศ กฎหมายของประเทศ และท้องถิ่น ที่ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม

ที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่า โดยแท้จริง แล้ว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ก็คือการเรียนรู้ และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า แทนการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรกันแบบฟุ่มเฟือยไร้ขีดจำกัด คิดว่าคงจะถึงเวลาแล้วที่จะนำเอาแนวคิดดีๆ เหล่านี้มาเริ่มปฏิบัติให้เกิดผลอย่างจริงจังแทนการกล่าวอ้างกันในบทเรียน ทฤษฎีในตำรา หรือพูดกัน โดยไม่มีการปฏิบัติตามอย่างจริงจัง

2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว (<http://wbc.msu.ac.th/> 28/ 06 / 2007 หน้า 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาล และได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ หลากหลายกันไม่ว่าเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการ และเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้เคยเห็น การเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมอันเป็นส่วนบุคคลเหล่านี้ได้เติบโตรวมกันเป็นกลุ่มก้อนขึ้น จนกระทั่งต้องอาศัยเทคนิควิชาการเฉพาะ การวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด รวมเข้าแล้วเรียกว่า “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่างมาก ต่อระบบเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่งธุรกิจที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงก็คือ การบริการสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและ

หัตถกรรม เป็นต้น วัตถุที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรมโบราณวัตถุสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดจนวิถีดำเนินชีวิตและรวมถึงความร่วมมือร่วมใจของเจ้าของท้องถิ่นในการให้ความเป็นมิตรไมตรีแก่ผู้มาเยือนซึ่งล้วนเป็นวัตถุดิบที่ไม่สิ้นเปลืองหรือหมดสิ้นไป จึงนับเป็นอุตสาหกรรมประเภทที่ใช้วัตถุดิบได้เปรียบกว่า อุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้นยังเป็นอุตสาหกรรมประเภทเดียวที่จำเป็นต้องใช้แรงงานคนในงานด้านบริการมากที่สุดและไม่จัดเป็นอุตสาหกรรมประเภทที่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะ

ในกรณีการซื้อขายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์ จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนงก่อให้เกิดการกระจายงานกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาติ

นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

มัลลิกา ต้นสอบ (2544:10) การจัดการ (Management) หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังมีคำอีกหนึ่งคำคือ การบริหาร (Administration) หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบาย การสั่งการ การอำนวยความสะดวกและการตรวจสอบให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งทั้งสองคำมีความแตกต่างในการใช้งานในระดับต่างกัน โดยการบริหารจะใช้กับหน่วยงานราชการเพื่อการวางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งเป็นการบริหารระดับสูง ส่วนการจัดการจะให้ความสำคัญในแง่ของการปฏิบัติตามนโยบายที่ระดับสูงกำหนดไว้ เช่นการจัดการเงิน การจัดการบุคคล เป็นต้น

นงลักษณ์ ทองศรี (2547:8) ให้ความหมายการจัดการ ว่า การจัดการ หมายถึง บทบาทของผู้นำในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการควบคุม เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

การจัดการเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์

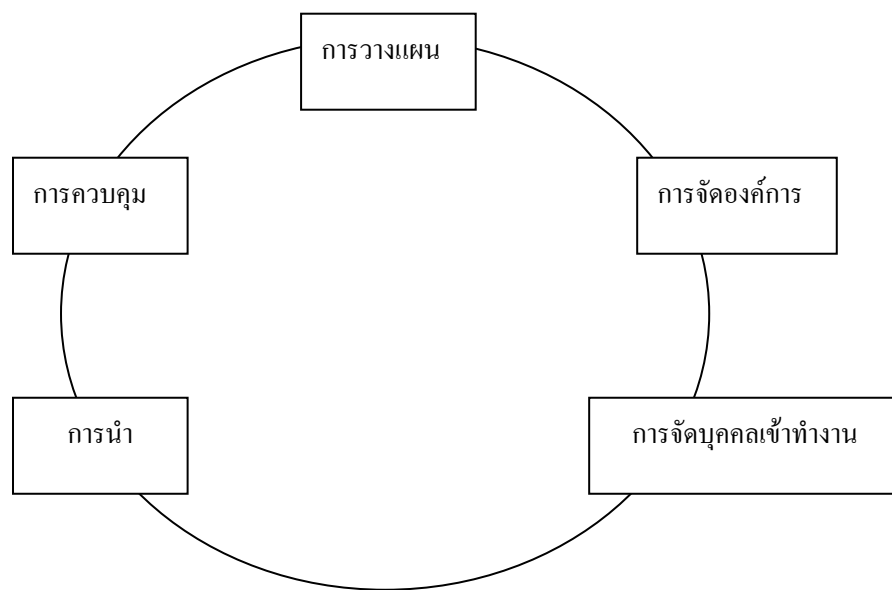
พิมลจรรย์ นามวัฒน์ (2544:17-18) ได้ให้ความหมายของศาสตร์และศิลป์ ไว้ดังนี้

ศาสตร์ หมายถึง การนำองค์ความรู้ที่มีหลักเกณฑ์และทฤษฎีที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าเชิงวิทยาศาสตร์มาใช้ในการทำงาน

ศิลป์ หมายถึง ทักษะที่ได้จากประสบการณ์ การสังเกต การศึกษา และความสามารถในการประยุกต์ใช้กับความรู้ทางการจัดการ

กระบวนการจัดการ

มัลลิกา ดันสอน ได้กล่าวถึงกระบวนการในการจัดการดังนี้



1.การวางแผน (Planning) เป็นหน้าที่ทางการจัดการหน้าที่แรกที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทาง (Direction) ภารกิจ(Mission) เป้าหมาย(Goals) และวัตถุประสงค์ (Objectives) ขององค์การเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามที่ต้องการ ความซับซ้อนและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริหารจำเป็นต้องคาดคะเน และกำหนดงานไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร (What) เมื่อไร (When) ที่ไหน (Where) ทำไมต้องทำ(Why) ใครเป็นผู้รับผิดชอบ (Who) และจัดสรรทรัพยากรอย่างไร(How)

2.การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการจัดทำโครงสร้างองค์การ (Organization structure) และกำหนดระบบงาน (Work system) บทบาท (Role) อำนาจหน้าที่ (Authority) ความรับผิดชอบ (Responsibility) และหน้าที่ (Duty) ของบุคลากร เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกันภายในหน่วยงาน ซึ่งจะทำให้องค์การสามารถดำเนินงานสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างราบรื่นและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

3.การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นงานที่ผู้บริหารต้องจัดหามอบคนให้เหมาะสมกับงานโดยพิจารณาจาก ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และปริมาณแรงงาน เพื่อการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน (Put the right man on the right job) ตลอดจนการดูแลและพัฒนาแรงงานที่มีให้ได้คุณภาพและอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

4.การนำ (Leading) โดยผู้บริหารจะกำหนดวิธีและแนวทางที่จะทำให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมและเต็มใจทำงานสำเร็จลุล่วง ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ดังนั้นผู้นำจึงควรมีภาวะผู้นำ มีเทคนิคการจูงใจ การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี

5.การควบคุม (Controlling) เป็นขั้นตอนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน โดยมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ เมื่อปฏิบัติงานตามแผนก็จะนำเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้เปรียบเทียบกับการทำงานถ้าไม่ได้มาตรฐานก็จะปรับปรุงแก้ไขงานในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ ปริมาณถูกต้อง

นอกจากนี้การจัดการจะประสบความสำเร็จสามารถวัดได้จาก การเพิ่มผลผลิต ในปัจจุบันความจำเป็นในการเพิ่มผลผลิตเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์การของรัฐบาลและเอกชน การเพิ่มผลผลิต (Productivity) หมายถึงปริมาณและคุณภาพของการทำงานซึ่งเกิดจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร (Schermerhorn.1999: G-8) ผลผลิต เป็นอัตราส่วนระหว่างปัจจัยนำเข้าภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งและคุณภาพที่กำหนด ซึ่งสามารถวัด ซึ่งสามารถวัดการเพิ่มผลผลิตได้

การจัดสรรทรัพยากรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให้องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยการควบคุมการทำงานให้เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กันแต่ถ้าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วจะทำให้องค์การ เสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์การให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์การให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อยที่สุดโดยสามารถบรรลุจุดหมายโดยใช้ทรัพยากรต่ำสุด

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ(จำไพพรรณ แก้วสุริยะ <http://www.stou.ac.th> / 1-4) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าในระยะที่ผ่านมารัฐบาลเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นการนำรายได้เข้าสู่ในท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการโดยไม่ต้องลงทุนใดๆ มีสมบัติเป็นมรดกทางธรรมชาติและมรดกทาง

วัฒนธรรมอยู่แล้ว การท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ผ่านมาจะเห็นว่าเป็นการใช้ทรัพยากรกันอย่างฟุ่มเฟือย ทำให้เกิดปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นสกปรกด้วยขยะ รวมถึงมลพิษทางสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วย ในกรอบของนักคิดนักพัฒนาของโลก มีวิธีหนึ่งที่จะสามารถรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและสามารถใช้งานถึงลูกหลานหลายชั่วอายุคน เรียกว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาเพื่อจะให้เกิดความยั่งยืนนั้นจะคำนึงถึงส่วนประกอบหลายประการคือ

ประการที่ 1 เพื่อให้เกิดความยั่งยืนจะต้องสำรวจดูว่าในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทำอย่างไรถึงจะรักษาเอาไว้ได้ นั่นคือต้องนำหลักการการอนุรักษ์เข้ามาใช้

ประการที่ 2 คำนึงถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ถ้ามีพื้นที่จำกัดแต่มีปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป

ประการที่ 3 คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดและให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำอย่างไรจึงจะใช้ทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหลาย ได้แก่ เรื่องพลังงาน แสงสว่าง น้ำมัน ควรใช้อย่างชาญฉลาด ทั้งน้ำดื่มและน้ำที่ใช้แล้วจะปล่อยเข้าสู่แหล่งธรรมชาติจะต้องมีการบำบัดน้ำให้เป็นน้ำดี และสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดปัญหาจะต้องมีระบบการจัดการ รวมถึงตัววิธีการที่จะบริการ และให้นักท่องเที่ยวรู้จักวิธีใช้แหล่งท่องเที่ยวที่นั้นด้วยสิ่งนี้เป็นหลักการและแนวทางของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การบูรณาการการพัฒนา จะต้องนึกถึงธุรกิจทั้ง 5 ธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ธุรกิจที่พักธุรกิจร้านอาหารธุรกิจ การจัดนำเที่ยว และธุรกิจการจัดทำสินค้าของที่ระลึก ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ที่รับผิดชอบทั้งหน่วยราชการและองค์กรชุมชน องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในปัจจุบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรับหลักการมาจากองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลกและสมาคมท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรือที่เรียกว่า พาต้า ประมาณปี 2535 ทั่วโลกได้คิดถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคิดถึงแผนแม่บทของโลก และแผนปฏิบัติการของโลกที่เรียกว่า อาร์เจนด้าที่ 21 หรือที่เราเรียกว่ายูเนทและบรรดาสมาชิกได้คิดทบทวนถึงแผนปฏิบัติการดังกล่าว ผ่านมา 10 ปี ประเทศสมาชิกได้ทำอะไรบ้าง หลักของการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมใด ๆ รวมถึงการท่องเที่ยวก็เป็นอุตสาหกรรม ซึ่งจะต้องคิดถึงกรอบดังนี้ด้วย

วิธีการที่จะทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างชาญฉลาดและพอเพียงต่อการใช้ แหล่งท่องเที่ยวไม่เสื่อมโทรม จึงได้คิดเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวออกมาดังนี้

รูปแบบที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

รูปแบบที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวในธรรมชาติ จะเป็นความคิดสมัยใหม่ เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา คิดถึงเรื่องกำเนิดของโลกเป็นมาอย่างไร แหล่งท่องเที่ยวนี้ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง การเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นดิน เป็นหิน เป็นน้ำ เป็นหาดทราย เกิดขึ้นมาได้อย่างไร และมนุษย์เอาไปใช้อย่างไร เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาที่เจาะลึกลงไป

รูปแบบที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มนุษย์สร้างขึ้น มีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทั้งแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์และสมัยประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นความเชื่อของมนุษย์ในประเพณีสิบสองเดือน ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมประเพณี หรือเรียกว่า เคอเจอร์อล แอนด์เทรดิชัน ทัวริซึม

รูปแบบที่ 4 คือการท่องเที่ยววิถีชีวิตของผู้คนในชนบท ภูมิปัญญาพื้นบ้าน หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านจักสาน หมู่บ้านทำเครื่องเงินเครื่องทองต่างๆ เครื่องเซรามิก เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท

รูปแบบที่ 5 เป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นหลังจากวิกฤตทางเศรษฐกิจคือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เรียกว่า เฮลท์ ทัวริซึม กำลังนิยมกันมาไม่ว่าจะเป็น การตรวจสุขภาพ การทำจิตใจให้ร่าเริง แจ่มใสคลายเครียด บรรเทาด้วยการทำสมาธิ ใช้หลักศาสนาไม่ว่าจะเป็นศาสนาใดก็ตาม ให้อยู่ในลักษณะคลายความเครียดและมีจิตใจที่ผ่องแผ้ว มีสุขภาพดี ใช้เวลาหลังจากที่รักษาสุขภาพร่างกายออกกำลังกายแล้วก็ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัฒนธรรมกำลังนิยมกันมาก

ทุกรูปแบบจะมีกระบวนการจัดการให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีเกณฑ์ต่างๆ ที่จะกำหนดออกมาเป็นการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือให้ได้เที่ยวและได้ความรู้ และรู้จักคิดสามารถนำมาปฏิบัติในชีวิตได้อย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ฉะนั้นในความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงหมายถึง การใช้ทรัพยากรหรือวิธีการจัดนำเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และทางวัฒนธรรม บนพื้นฐานของการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้อย่างชาญฉลาด อย่างทรงคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด มีใช้ได้นานถึงรุ่นลูกหลานและใช้ประโยชน์ได้นานที่สุด เป็นการท่องเที่ยวโดยใช้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การจัดการการท่องเที่ยวที่จะสร้างประโยชน์อย่างยั่งยืน จะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรที่มีอยู่จะต้องรักษาและจัดการไว้ให้เหมือนเดิม มีเอกลักษณ์หรือมีอัตลักษณ์ของตัวเอง ให้ใช้ได้ยาวนาน

2. มีการจัดการให้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถรองรับท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสุขสบายใจความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ความประทับใจและความปลอดภัย

3. มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อที่จะให้ใช้ได้ยาวนานที่สุด และใช้ได้ตลอดไป

หลัก 3 ประการที่พูดถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประสานใน 3 ประเด็นนี้ให้ได้และประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีรายได้ มีความผาสุก มีเศรษฐกิจดีขึ้น คุณภาพของคนในท้องถิ่น ต้องดีขึ้นด้วย เป็นผลทางอ้อมให้ผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีความรู้สึกรักบ้านของตัวเองมากขึ้น การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวเมืองไทยอีกครั้งหนึ่ง หรือซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปประเทศของเขาครั้งแล้วครั้งเล่านั้น ส่วนหนึ่งมาจาก เรื่องของทรัพยากร ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตหรือแม้แต่กิจกรรมพิเศษที่เราได้จัดไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันสิ่งสำคัญที่สุดคืออรรถาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย และยิ้มสยามของเราที่จะสร้างความประทับใจและมัดใจให้ชาวต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทยแล้วรู้สึกเหมือนญาติเหมือนมิตรของเรานั่นเอง

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว. คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า identity (อ่านว่า ไอ-เด็น-ติ-ตี้) หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางด้านเสียงที่เด่นมาก ใครได้ยินก็จำได้ทันที. สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง. โลกาวัดนี้ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมไทยเปลี่ยนไป.(บทวิทยุรายการ "รู้ รัก ภาษาไทย" ๑๖ มิ.ย ๒๕๕๐ เวลา ๗.๐๐-๗.๓๐ น)

พริยะ ไกรฤกษ์ ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ หรือ เอกลักษณ์ แปลจากคำอังกฤษว่า Identity ครั้งหนึ่งนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่า เป็นคุณสมบัติของคน หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่แสดงลักษณะเฉพาะที่ทำให้คนนั้นหรือสิ่งนั้นมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากคนอื่นหรือสิ่งอื่น ต่อมาวงการวิชาการนิยมเลือกใช้คำว่า “อัตลักษณ์” เนื่องจากความหมายตามรูปศัพท์ของ “เอกลักษณ์” ที่สื่อความหมายว่ามีเพียงหนึ่งเดียว ซึ่งไม่ค่อยตรงกับความหมายของคำ Identity ในแนวคิดหลังสมัยใหม่ ที่เสนอว่าเป็นเรื่องของตำแหน่งแห่งที่ บทบาทและฐานะของคน อีกประการหนึ่งในคนคนเดียวสามารถมีลักษณะเฉพาะได้มากกว่าหนึ่งลักษณะ

สำหรับมนุษย์แต่ละคนนั้น การที่พวกเขาสามารถระบุความรู้สึกและการกระทำของเขา หรือสามารถระบุตนเองได้ เนื่องจากภายใต้โลกทางสังคม ได้มีการจัดประเภทและให้ชื่อแก่วัตถุ การกระทำ ลักษณะของปรากฏการณ์ ตลอดจนมีการกำหนดตำแหน่งให้แก่บุคคลตามสถานภาพ และการแสดงบทบาททางสังคม ซึ่งมนุษย์แต่ละคนจะรับเอาประเภท ชื่อ หรือตำแหน่งที่ สอดคล้องกับลักษณะของตนเองมานิยามตนเอง และระบุชื่อให้กับตนเองดังกล่าว ก็คืออัตลักษณ์ ของเขานั้นเอง ดังที่ Gregory Stone (1962:121) อธิบายอัตลักษณ์ในฐานะที่เป็นการรับรู้ที่ตั้ง (location) ทางสังคมของปัจเจกบุคคล หรือคือที่ตั้ง บุคคลถูกกำหนด “ตำแหน่ง” (situated) ในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆซึ่งบุคคลบอกกับตนเองว่า เขาเป็น หรืออะไรที่บุคคลประกาศต่อ คนอื่นๆว่า เขาเป็นอะไร ทั้งที่กล่าวมาทั้งหมดต้องตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” โดยการนิยาม ตนเองให้เข้าสู่กลุ่ม หรือประเภททางสังคม ซึ่งโครงสร้างทางสังคมได้กำหนดไว้ให้แก่ผู้แสดง บทบาท

Charon (1980:64) เสนอให้เห็นถึงอิทธิพลของโครงสร้างทางสังคมว่า มีส่วนในการ กำหนดสถานภาพ บทบาท และอัตลักษณ์ของบุคคล อันเป็นอัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดโดยทั้งจาก ตนเองและบุคคลอื่น ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับสถานภาพ บทบาท ตลอดจนความคาดหวังในบทบาท ทางสังคม

เมื่อบุคคลถามว่า “ฉันคือใคร” ก็มักจะได้รับคำตอบจากสองทาง คือ จากตัวเอง(private) และจากสาธารณะชน (public)

คำตอบจากตัวเอง ก็คือ ลักษณะที่นิยามว่าตัวเองคือใคร ซึ่งเป็นรูปแบบของอัตลักษณ์ ส่วนบุคคล (personal identity)

คำตอบจากสาธารณะชน คือ ภาพพจน์ที่คนอื่นมีต่อบุคคลหนึ่ง เรียกได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ ทางสังคม (social identity) ของบุคคลนั้นซึ่งได้มาจากการที่สังคมให้ค่า (Rubington and Weinberg, 1987:289)

ซึ่งในบางคนนั้น อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมอาจจะไม่ใช่แบบเดียวกัน เนื่องจากเป็นการตัดสินใจตามสายตาจากการกระทำและผู้มองที่แตกต่างกันไป หากบุคคลผู้เป็น เจ้าของอัตลักษณ์เห็นว่า อัตลักษณ์ที่เขาให้กับตนเองเป็นอัตลักษณ์ที่สังคมเห็นว่าไม่ถูกต้องและ ไม่ได้รับความเชื่อถือ เขาก็จะปกปิดอัตลักษณ์ส่วนบุคคลที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคม อันนั้นเสีย โดยการสร้างภาพพจน์ต่อสังคมภายนอกเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ทางสังคมในทางบวก ขึ้นมา

กล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ทางสังคมอาจจะสร้างโดยตัวบุคคลเองหรือโดยบุคคลอื่นๆก็ได้

นั่นคือ ในขณะที่บุคคลสามารถสร้างหรือแสดงภาพพจน์แก่สังคมเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ทางสังคมตามที่เขาต้องการ ผู้อื่นก็สามารถกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมให้กับบุคคล ตามสายตาของผู้ชม (audiences) ภายใต้เงื่อนไขของการปฏิสังสรรค์ทางสังคม โดยเฉพาะการกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมจากตัวแทนของการควบคุมทางสังคม เช่น ตำรวจ จิตแพทย์ นักจิตวิทยา ฯลฯ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการคล้อยตามในอัตลักษณ์ส่วนบุคคลหรือไม่ก็ได้

อัตลักษณ์ส่วนบุคคลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมโนทัศน์แห่งตน (self concept) นั้น อัตตะ (self) ถือได้ว่าเป็นวัตถุที่บุคคลติดต่อสื่อสารกับมันโดยตรง และเป็นวัตถุที่เราเห็น เราคิดเกี่ยวกับมันในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งส่วนหนึ่งของมโนทัศน์แห่งตนจะเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ จากการที่เราให้ชื่อกับวัตถุทางสังคมทั้งหลาย สิ่งนี้จะทำให้เราสามารถรวมตนเองเข้ากับการจัดประเภท (classify) หรือการให้ชื่อต่างๆแก่โลกทางวัตถุ ทางสังคม และเช่นเดียวกับเราให้ชื่อแก่ตนเอง อัตลักษณ์ของเราก็คือชื่อที่เราเรียก ดังนั้น อัตลักษณ์ก็คือการแสดงชนิด (typified) หรือการแสดงมิติทางสังคมของอัตตะที่ถูกเสนอสถานการณ์ต่างๆภายใต้บริบทของความสัมพันธ์ทางสังคม โดยที่บุคคลจะมีอัตตะที่กลายเป็นการแสดงชนิดหรือประเภทของตนตามสถานการณ์โดยผ่านอัตลักษณ์ที่หลากหลาย นั้นย่อมาหมายความว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายดังกล่าวของบุคคลจะก่อตัวเป็น "อัตตะทางสังคม" หรือ อัตตะภายใต้บริบทของการกระทำทางสังคม และ อัตลักษณ์ ก็คือ "การแสดงอัตตะ" ซึ่งถูกเสนอต่อบุคคลอื่นๆอย่างสม่ำเสมอ ในรูปของการกระทำทางสังคม ภายใต้ชีวิตประจำวัน (Goffman, 1959:84)

จากความหมายต่างๆดังที่กล่าวมาข้างต้นของคำว่าอัตลักษณ์นั้น เราอาจสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในสังคม โดยพัฒนาจากกระบวนการปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ภายใต้บริบททางสังคม เมื่อสถานการณ์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความหมายของสิ่งต่างๆก็อาจผิดแผกไปจากเดิม ความคาดหวังและการตอบสนองต่อพฤติกรรมของคนอื่นๆก็อาจเปลี่ยนรูปแบบไปตามลักษณะของสถานการณ์ และความเป็นจริงในสถานการณ์นั้นๆซึ่งจะทำให้อัตลักษณ์หรือความหมายที่บุคคลให้แก่ตนเองเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ดังนั้นการนิยามตนเองหรือการนิยามอัตตะจึงดำเนินไปภายใต้การปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในขณะที่บุคคลอื่นๆให้ตราประทับกับ "me" คือตัวเราในฐานะที่เป็นผู้ถูกกระทำ ส่วน "i" จะให้ตราประทับแก่ตัวเอง ดังนั้นชื่อต่างๆที่คนอื่นให้กับเรา และชื่อของเราก็คือนิยามว่า "ฉันคือใคร" ในความสัมพันธ์กับคนอื่นที่เราปฏิสังสรรค์ด้วย และหากอัตลักษณ์ได้รับการพิจารณาว่าเป็นสิ่งดีจากคนอื่น บางทีเราอาจพิจารณาอัตลักษณ์นั้นๆว่าเป็นสิ่งที่ดีด้วย (Charon, 1985:77-78)

นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีข้อเสนอต่อไปอีกว่า อัตลักษณ์ต่างๆเป็นตราประทับที่อาจจะไม่ถูกใช้โดยคนอื่นๆทั้งหมด แต่จะใช้เฉพาะกลุ่มอ้างอิง (reference group) และบุคคลนัยสำคัญ (significant others) ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น และอัตลักษณ์นี้จะกลายมาเป็นศูนย์กลางของบุคคล เมื่อการปฏิสังสรรค์กับคนอื่นๆแต่ละครั้ง ได้ยืนยันอัตลักษณ์ดังกล่าว มากไปกว่านั้น การเรียนรู้จากคนอื่นๆว่า “เราเป็นใคร” นอกจากจะช่วยประกาศต่อคนที่เราปฏิสังสรรค์ว่า “เราคือใคร” ด้วย เมื่อเป็นเช่นนั้น การปฏิสังสรรค์จะเป็นกระบวนการสองทาง กล่าวคือ ในทางหนึ่งบุคคลอื่นๆสามารถให้คำนิยามกับเราได้ และอีกทางคือ เราจะมีอิทธิพลต่อการนิยามของคนอื่นในแนวทางที่เราปรารถนาได้เช่นกัน

ในการพิจารณาถึงการที่จะให้ความหมายอัตลักษณ์กับแต่ละบุคคล การพยายามที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ที่มั่นคงของแนวโน้มต่างๆ ในฐานะที่เป็นแกนกลางในการสร้างอัตลักษณ์ โดยการจะให้ความสำคัญต่อการพิจารณาถึงการกระทำ (action) ในวัฒนธรรมของบริบททางสังคมของพวกเขา และการให้ความหมายพิเศษทางสังคมต่อการกระทำนั้น

มนุษย์กับสังคมนั้นเป็นหน่วยที่แยกออกจากกันไม่ได้ การเข้าใจความต้องการของบุคคลหนึ่งจะทำให้เข้าใจความต้องการของอีกคนหนึ่ง แสดงให้เห็นถึงความต้องการของทั้งสองฝ่าย แต่มิใช่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดกำหนดอีกฝ่ายหนึ่ง สังคมจึงหมายถึงสิ่งที่ปัจเจกบุคคลสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นกระบวนการ เป็นเส้นทางการพลวัตของบุคคล และบุคคลก็เข้าใจความหมายทางสังคมที่เขาเป็นผู้สร้างขึ้นจากการตีความการกระทำของแต่ละฝ่าย มนุษย์จึงเป็นทั้งผู้กำหนดและเป็นผู้ถูกกำหนด ในกระบวนการปฏิสังสรรค์ (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532:11)

นั่นคือแนวคิดทางทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์จะมองว่า มนุษย์มีลักษณะที่ดีแล้วอยู่เสมอ การกระทำและอัตตะของมนุษย์จะเกิดขึ้นจากกระบวนการที่ต่อเนื่องทางสังคม โดยมีการกระทำระหว่างกันของบุคคล ผ่านการให้ความหมาย (meaning) ในเชิงสัญลักษณ์ (symbol) แก่สิ่งต่างๆตามสถานการณ์นั่นเอง

สัญลักษณ์ที่เป็นตัวสื่อความหมายที่มนุษย์สื่อสารกันนั้น จะมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายร่วมกันภายในสังคม เช่น ภาษา เป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ที่มีความหมายร่วมกันในสังคม นอกจากนั้นยังรวมถึงการแสดงออกทางร่างกาย ทางสีหน้า หรือ การกระทำอีกด้วย

สำหรับลักษณะที่สำคัญของการกระทำระหว่างกันของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้ความหมายนั้น Blumer (1969:94) ได้เสนอว่า

1. การกระทำของบุคคลขึ้นอยู่กับความหมายที่บุคคลมีต่อวัตถุ

2. ความหมายของสิ่งต่างๆได้มาจากการปฏิสังสรรค์ทางสังคม
3. ความหมายนั้นมีระดับเฉพาะตัว เนื่องมาจากการตีความของแต่ละบุคคล

ในการวิเคราะห์หรือการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์นั้น จะต้องคำนึงหรือนึกถึงเสมอว่า อัตลักษณ์ คือการแสดง “ชนิด” หรือการแสดงทางมิติทางสังคมของอัตตะ นั่นคือ อัตลักษณ์หลายๆอัตลักษณ์ของบุคคลจะก่อตัวเป็น “อัตลักษณ์เชิงสังคม” หรืออัตตะในบริบทของการกระทำทางสังคม ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมุ่งประเด็นความสนใจไปยังอัตตะ และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ โดยอาศัยความเชื่อที่ว่า บุคคลจะมีความหมายแห่งตน (self constructs) ที่สัมพันธ์กันมากมาย ความคิดเกี่ยวกับตนเอง การประเมินคุณค่าของตนเอง ความรู้สึกต่อตนเอง หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป็นผลมาจากการที่บุคคลมองตนเองเหมือนกับวัตถุทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถให้ชื่อ หรือประทับตราแก่วัตถุนั้นๆได้ ซึ่งการให้ชื่อและความหมายแก่ตนเองในฐานะที่เป็นวัตถุ จะเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าร่วมปฏิสังสรรค์ภายในโลกแห่งความหมายที่ถูกบ่งชี้จากสังคม

แนวคิดข้างต้น เป็นการยืนยันความจริงที่ว่า ตำแหน่งทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยความหมาย ซึ่งถือว่าเป็นแกนกลางในการทำความเข้าใจมนุษย์ โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคม ในแง่ของกระบวนการหรือองค์ประกอบที่ต่อเนื่องทางสังคมจะมีผลต่อการกระทำ การแปลความหมาย และประสบการณ์ของบุคคล

สำหรับอัตลักษณ์นั้น อัตลักษณ์ทั้งหลายของมนุษย์คนหนึ่งก็คือมิติหนึ่งๆ ของอัตตะ ซึ่งสามารถเกิดขึ้น พัฒนา หรือมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายในโครงสร้างสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่า

1. มิติต่างๆของอัตตะ จะถูกเปลี่ยนไปเป็นวัตถุที่มีความหมาย คือกลายเป็นอัตลักษณ์ในแง่ของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ที่ระดับตัวตน บุคคล กลุ่ม องค์กรและสังคม
2. อัตลักษณ์ที่หลากหลายนั้น จะถูกเลือกแสดงตามระดับความเด่นภายในสถานการณ์ โดยมีรากฐานมาจากระเบียบของสถาบัน ความรู้สึกถึงความเป็นไปได้ของอัตลักษณ์นั้นความสำเร็จ และทักษะของการแสดงอัตลักษณ์ภายในสถานการณ์หนึ่งๆ
3. อัตลักษณ์ทั้งหลายจะถูกสื่อสารผ่านการแสดงออกทางพฤติกรรม ภาษา และลักษณะทางกาย หรือการแสดงที่ปรากฏทางสังคม
4. การยึดมั่นผูกพันต่ออัตลักษณ์ จะเป็นผลมาจากประสบการณ์เดิมของบุคคล ซึ่งได้ถูกรวมเข้าในตำแหน่งทางสังคมและลำดับขั้นตอนของวิถีทางแห่งชีวิต
5. อัตตะของบุคคล จะเชื่อมโยงกับบทบาทต่างๆ ซึ่งสัมพันธ์กับอัตลักษณ์

วารสารไทยคดีศึกษา หยิบยกประเด็นอัตลักษณ์ไทยขึ้นมานำเสนอ เพราะมองเห็นว่าเป็นประเด็นที่ควรทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากอัตลักษณ์ถูกกระทบกระเทือนและสูญเสียไปในกระแสโลกาภิวัตน์ บทความในวารสารไทยคดีศึกษา ฉบับ “พลิกภาพอัตลักษณ์ไทย...ไม่โดดเดี่ยว” เสนอบทความที่เป็นภาพตัวอย่างการหวนหาความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาไทย จากการหวนหาความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาไทย จากบทความเรื่อง “การแพทย์แผนไทย : ครอบรักษา” ของ เยาวลักษณ์ ชัยนการ โดยสืบค้นองค์ความรู้จากคัมภีร์ ครอบรักษาจำนวนมาก การหยิบยกเรื่องอิสรเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของนักเขียนไทย ยุคสมัยใหม่ขึ้นมาวิเคราะห์วิพากษ์ จากบทความเรื่อง “เทียนวรรณกับการเมืองของการพูดในสยาม” ของ ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ ในด้านชาติพันธุ์กับการพลิกหาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชนชาติมอญที่เคยรุ่งเรืองและยิ่งใหญ่ในอดีต ปัจจุบันมีฐานะเป็นเพียงชนกลุ่มน้อยบนแผ่นดินของตัวเอง กับการถ่ายทอดอัตลักษณ์กลุ่มไวบนผืนผ้าของชนชาติ โดย พริยะ ไกรฤกษ์ ใน “ผ้าบรรพบุรุษของชาวมอญ” การเรียกร้องค้นหาเพื่อสงวนรักษาอัตลักษณ์และตัวตน จึงเป็นลักษณะร่วมของผู้คนในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่สูญเสียอัตลักษณ์ไปในกระแสโลก มิได้เป็นเพียงเรื่องของใครคนใดคนหนึ่ง หรือชาติใดชาติหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่กระทบกระเทือนถึงทุกคนในยุคนี้ (พลิกภาพอัตลักษณ์ไทย ไม่โดดเดี่ยว :วารสาร ไทยคดีศึกษา ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เม.ย.-ก.ย. 48)

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวว่าชาวบ้านมีประวัติศาสตร์ของตัวเอง แต่ชาวบ้านถูกทำให้ลืมประวัติศาสตร์ของตนเองไป และการหลงลืมทางประวัติศาสตร์ทำให้ชาวบ้านทั้งหมดหลงลืมความเป็นตัวตนและศักยภาพของเขาไปด้วย ดังนั้นจึงทำให้เขาต้องยอมรับการกำหนดความเป็นตัวตนของเขาจากพลังที่มาจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นจากระบบราชการหรือระบบทุนที่ถาโถมเข้าไปมีอำนาจเหนือชีวิตพวกเขาทุกเมื่อเชื่อวัน

การหลงลืมประวัติศาสตร์ของชาวบ้านนี้เองที่ส่งผลให้ชาวบ้านขาดพลังในการปรับตัวหรือต่อสู้กับความเปลี่ยนแปลงนานัปการที่ทำลายชุมชนของพวกเขา ความสำนึกทางประวัติศาสตร์เป็นความสำนึกของผู้คนที่จะทำให้สามารถวางตนเองอยู่ในกระแสของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างมี พลัง เพราะความสำนึกทางประวัติศาสตร์คือสำนึกที่บ่งบอกกับตนเองว่าเราคือใคร เรา มาอย่างไร และเรากำลังจะเดินทางไปทางไหน

ชาวบ้านถูกทำให้ลืมไปว่าความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นด้วยน้ำมือของพวกเขา เช่นเดียวกัน ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดในชุมชนของเขา เกิดใน “พื้นที่” ที่บรรพบุรุษของเขาส่วนร่วมกัน

สร้างขึ้นมา ล้วนแล้วแต่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ชาติไทย เราไม่สามารถปฏิเสธความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นว่าไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ชาติไทย

เราไม่สามารถปฏิเสธความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นว่าไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการหล่อเลี้ยงความเจริญเติบโตของสังคมเศรษฐกิจไทย ไม่ว่าจะเป็นการส่งออกข้าว จำนวนมหาศาล ที่ก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศและถูกนำไปใช้เงินทุนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานของสังคมอุตสาหกรรม หรือแรงงานราคาถูกที่เป็นจุดขายที่สำคัญของนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมก็เป็นแรงงานที่มาจากชนบทนั่นเอง

การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ของชาวบ้านจึงเป็นเรื่องจำเป็นยิ่งในปัจจุบัน เพราะหากหวังที่จะสร้างความเข้มแข็งของสังคมต้องเริ่มสร้างกันที่พื้นฐานของสังคมที่เป็นคนส่วนใหญ่ในประเทศ การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ของชาวบ้านจะเป็นเงื่อนไขที่ชาวบ้านรื้อฟื้นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษของเขาขึ้นมา เพื่อสืบต่อรากฐานทางประวัติศาสตร์ของตนเองอีกประการหนึ่ง การเริ่มต้นรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ชาวบ้านเริ่มด้วยการทำให้ “เวลา” เป็นของชาวบ้านก่อน กล่าวคือ การทำให้ชาวบ้าน ผู้เฒ่าผู้แก่ระบุถึงความเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ที่เกิดแก่ชีวิตพวกเขา ซึ่งก็คือการแบ่งเวลาจากความรู้สึกนึกคิดของชาวบ้านเอง

การแบ่งช่วงเวลาซึ่งเป็นการจัดช่วงของความเปลี่ยนแปลงในสายตาชาวบ้านถือได้ว่าเป็นหัวใจ ของการคิดอย่างเป็นประวัติศาสตร์ การแบ่งช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงย่อมสัมพันธ์อยู่กับการอธิบาย ต่อว่าใครมีบทบาทอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ การแบ่งเวลาซึ่งเป็นการจัดช่วงความเปลี่ยนแปลงจากชาวบ้านจะนำไป สู่ความเข้าใจประวัติศาสตร์ของชาวบ้าน ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือ ความเข้าใจเรื่อง “พื้นที่” เพราะความเปลี่ยนแปลงจากมุมมองของชาวบ้านนั้นจะสัมพันธ์อยู่กับ “พื้นที่” ของชาวบ้านเอง

“พื้นที่” ของชาวบ้านซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความเปลี่ยนแปลงนั้นจะเป็น “พื้นที่” ที่ชีวิตชาวบ้านทั้งหลายมีความผูกพันอย่างแนบแน่น ไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำลำธาร ที่นา ที่สาธารณะอื่นๆ เช่น วัด ป่า ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สายใยของชุมชนครอบคลุมไปถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสมบัติของชุมชนที่อาจจะกว้างขวางหรือแคบกว่า “หมู่บ้าน” ตามขอบเขตพื้นที่ที่ถูกกำหนดโดยรัฐ

การรื้อฟื้น “เวลา” อันนำไปสู่การรื้อฟื้นเปลี่ยนแปลงที่เกิดใน “พื้นที่” ของชาวบ้านนั้น เป็นการมองความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบที่ตัวชาวบ้านทั้งหลายเป็น “ผู้ถูกกระทำ” ในประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็น “ผู้กระทำ” ในฐานะเป็นฝ่ายเสียเปรียบหรือได้เปรียบก็ตาม

หากกล่าวอีกอย่างหนึ่ง ก็คือ การสร้างเวทีละครใหม่ เพื่อให้ชาวบ้านได้เป็นพระเอกนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นพระเอกของละครโคกนาฏกรรมหรือสุชนาฏกรรม แต่โดยมากแล้วเป็นโคกนาฏกรรม

ในช่วงสุดท้ายของความเปลี่ยนแปลงชาวบ้านมักจะสะท้อนว่า ความเปลี่ยนแปลงช่วงสุดท้ายที่รัฐและทุนเข้าไปย่ำยีมากขึ้นนั้น ก่อให้เกิดความเดือดร้อนอย่างยิ่งแก่ชาวบ้าน อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นโศกนาฏกรรมก็ยังคงเป็นความทรงจำที่เป็นคุณแก่ชาวบ้าน ในแง่ที่ทำให้ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กับรัฐและทุนอย่างระมัดระวัง หรือแม้แต่สามารถรวมตัวกันในการต่อรองกับรัฐและทุนอย่างมีพลัง การแบ่งช่วง “เวลา” ของการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์อยู่กับการมองเห็น “พื้นที่” ของความเปลี่ยนแปลงในประวัติศาสตร์ของชาวบ้านจะมีผลสำคัญต่อการ เปลี่ยนการรับรู้ตนเองของชาวบ้านด้วย กล่าวคือ ชาวบ้านเริ่มมองเห็นรากเหง้าของตนเองเด่นชัดขึ้น เริ่มสร้าง “อัตลักษณ์” ของตนเองจากความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของตนเอง อัตลักษณ์ ของชาวบ้านที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมจะเป็น “อัตลักษณ์” ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มชาวบ้านเองไม่ได้เป็น “อัตลักษณ์” จากภายนอกที่ยัดเยียดมาให้พวกเขาต้องยอมรับไว้เป็นตัวตนของตนเองเหมือนเช่นที่ผ่านมา ซึ่งมักทำให้ชาวบ้านรับรู้ว่าเป็นกลุ่มที่ “โง่ จน เจ็บ”

ความเปลี่ยนแปลง “เวลา” และพื้นที่” อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงใน “อัตลักษณ์” นี้ จะทำให้ชาวบ้านสามารถถือพื้นที่และสร้างพลังของชุมชนขึ้นมา เพื่อที่จะสามารถอยู่ได้ในสังคมปัจจุบันอย่างมีศักดิ์ศรีและมีพลังในการสร้างสรรค์สังคมต่อไป

ศาสตราจารย์ ดร.อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์และคณะได้ทำการวิจัยเรื่องความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยที่สะท้อนจากคำในภาษา ได้สรุปไว้ว่าวิกฤตการณ์ด้านอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของคนไทย เป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่มีผู้สนใจมากเป็นพิเศษในปัจจุบัน เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนแปลงเร็วมากจนมีแนวปฏิบัติหรือค่านิยมใหม่ๆ หลากหลายแบบเกิดขึ้นในสังคม ซึ่งต่างจากที่เป็นมาในอดีต ปัญหาคือคนไทยส่วนใหญ่เกิดความไม่แน่ใจ หรือลังเลในหลักการที่ใช้ตัดสินความถูกต้องของความประพฤติ บางคนคิดว่าสิ่งที่คนส่วนใหญ่ให้คุณค่าหรือคิดว่าถูก เป็นสิ่งที่ผิดเพราะยึดค่านิยมเดิมในสังคม บางคนยึดหลักการที่ว่าอะไรเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสังคม สิ่งนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องไม่จำเป็นต้องยึดถือขนบธรรมเนียมเก่าๆอีกต่อไป ปัญหาข้อขัดแย้งนี้จึงกลายเป็นวิกฤตการณ์ของสังคมไทยโดยแท้ อันที่จริง วิกฤตการณ์เช่นที่ว่าเป็นที่สนใจของสังคมไทยมาเป็นเวลาหลายทศวรรษแล้ว ดังหลักฐานที่ปรากฏในหนังสือเรื่อง วิกฤตการณ์ทางเอกลักษณ์ บันทึกของคนรุ่นใหม่ (สง่า ลือชาพัฒน์พร และอาทร เตชะธาดา, บ.ก. 2524) ซึ่งเป็นรายงานการสัมมนาระดับชาติเรื่อง “คนรุ่นใหม่กับการแสวงหาเอกลักษณ์ไทย” ประกอบด้วยปาฐกถาและการอภิปรายในหัวข้อต่างๆเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการที่สังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไป จนทำให้คนไทยเกิดความสับสน สงสัย ด้านจริยธรรม เกิดความไม่แน่ใจว่าอะไรคือคุณค่าที่แท้จริงของตนและสังคม และจะกำหนดวิถีชีวิตของตนและสังคมอย่างไรดี จึงจะดีที่สุด เอกสารอีกเรื่องที่เป็นหลักฐานของ

วิกฤตการณ์อัตลักษณ์ไทย คือ รายงานการสัมมนาเรื่อง เอกลักษณ์ของชาติกับการพัฒนาชาติไทย (คณะอนุกรรมการอุดมการณ์ของชาติ ในคณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ 2528) การประชุมครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดว่าเอกลักษณ์ใดเป็นคุณค่าควรดำรงรักษา เสริมสร้างหรือปลูกฝัง และเอกลักษณ์ใดเป็นโทษ ควรขจัดให้หมดไป เพื่อพัฒนาชาติไทยให้เจริญรุ่งเรือง สรุปผลของการสัมมนาครั้งนี้ได้ว่า สังคมไทยเกิดความเสื่อมทางเอกลักษณ์ ทั้งด้านวัตถุและจิตใจจากการถูกแทรกแซงจากภายนอก ทำให้ค่านิยมของสังคมไทยเปลี่ยนไปในทางลบ จึงมีความจำเป็นต้องช่วยกันเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทย ผลงานวิจัยเรื่อง คำ : ร่องรอยความคิด ความเชื่อ (สุวรรณ สถาอานันท์ และเนื่องน้อย บุญเนตร 2535) ประกอบด้วยบทความที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคำในภาษาไทย 36 คำ ในแง่ความหมายที่สัมพันธ์กับค่านิยมและโลกทัศน์ไทย คำดังกล่าวได้แก่ ชาติภพ วิญญาณ พรหมลิขิต โชค ดวง ครอบครั้ว ผี ไสยศาสตร์ ขวัญ กรรม นรก สวรรค์ ศีลธรรม พี่น้อง พรรคพวก ไม่เป็นไร ผู้ใหญ่ ผู้น้อย ผู้ดี แม่ ชาวบ้าน นักเลง เจ้าพ่อ เจ้านาย เจ้า น้ำใจ ศักดิ์ศรี หน้าตา ที่พึ่ง บุญคุณ เกรงใจ จิตใจ ปลง สนุก งาน เล่น สรุปในตอนท้ายของงานวิจัยนี้ คือความคิดและความเชื่อไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไป แต่ถ้าสังคมไทยยังสามารถรักษาภูมิปัญญาไทยไว้พร้อมๆกับที่เปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมไทยที่เกี่ยวข้องกับคติความเชื่อก็จะคงอยู่ได้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าถึงแม้จะมีผลงานจำนวนมากเกี่ยวกับอัตลักษณ์เอกลักษณ์ หรือความเป็นไทย แต่ยังไม่เห็นผลงานใดที่แสดงให้เห็นหลักฐานที่เชื่อถือได้ว่า อัตลักษณ์ไทยในอดีตกับปัจจุบันเหมือนกันหรือไม่ หรืออีกนัยหนึ่ง ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือไม่ ถ้ามีการเปลี่ยน แล้วเปลี่ยนไปอย่างไร และตั้งแต่เมื่อใด คำถามเหล่านี้เป็นคำถามที่ผู้วิจัยสนใจจะแสวงหาคำตอบ คำตอบที่ได้จะมีความสำคัญมาก เพราะอาจใช้ตัดสินปัญหาที่ถกเถียงกันอยู่ที่ว่าอะไรคืออัตลักษณ์ไทยในอดีต อะไรคืออัตลักษณ์ไทยในปัจจุบัน อัตลักษณ์ไทยมีความหลากหลายได้หรือไม่ อัตลักษณ์ใดยังคงอยู่และอัตลักษณ์ใดได้สูญหายไป ผู้วิจัยเห็นว่าหลักฐานที่จะแสดงความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยได้ดีที่สุดและน่าเชื่อถือที่สุด คือหลักฐานจากความเปลี่ยนแปลงของภาษาไทย เนื่องจากภาษาเป็นเครื่องมือที่สังคมใช้บันทึกทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้น ภาษาจึงเป็นกระจกเงาส่องสะท้อนสังคมได้ดีที่สุด และส่วนของภาษาที่เล่นบทบาทนี้ดีที่สุดคือ คำ

คำ เป็นตัวแทนของมโนทัศน์ (concept) ถ้ามีมโนทัศน์ใหม่เกิดขึ้นในสังคม ก็ต้องมีคำใหม่เกิดขึ้นด้วยเสมอ คำ คือบันทึกที่ดีที่สุดของความรู้ ความคิด ความรู้สึก และสรรพสิ่งในสังคม หากศึกษา คำ เราจะสามารถเห็นระบบความคิด ระบบการจัดประเภทของสรรพสิ่งได้ และหากศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคำ เราก็จะสามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงของระบบต่างๆในสังคมด้วยการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของคำเป็นแขนงวิชาหนึ่งที่มีชื่อเรียกว่า "การศึกษาประวัติคำ" หรือ

"ศัพทมูลวิทยา" ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า etymology ซึ่งมาจากคำภาษากรีกว่า etimologia หมายถึง การศึกษาความหมายที่แท้จริงของคำ (the study of the true sense of words) จุดมุ่งหมายของแขนงวิชานี้คือศึกษากำเนิดหรือที่มาและความเปลี่ยนแปลงของคำศัพท์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาประวัติของคำในภาษาไทย สามารถใช้ตีความเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยได้ การวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ไทยแนวใหม่และป็นงานวิจัยแบบบูรณาการ ซึ่งต้องอาศัยความเชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์เชิงประวัติ (Historical linguistics) โดยเฉพาะด้านการเปลี่ยนแปลงทางอรรถศาสตร์ (semantic change) ความเชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อภาษาไทยทั้งในอดีต และปัจจุบัน ความรู้ทางภาษาศาสตร์สังคม (Sociolinguistics) และภาษาศาสตร์ชาติพันธุ์ (Ethnolinguistics) ความรู้ทางภาษาไทยถิ่น และภาษาอื่นๆ ในตระกูลไท-กะได ตลอดจนความรู้ทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมด้านต่างๆ เป็นที่หวังว่าโครงการนี้จะมีประโยชน์หลายประการ นอกจากจะให้ความรู้ใหม่ด้านประวัติที่มาของคำสมัยใหม่ในภาษาไทย ซึ่งสามารถใช้เป็นหลักฐานที่เชื่อถือได้ของการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยแล้ว ยังให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรากเหง้าของความเป็นไทย ทำให้คนไทยเข้าใจตนเองและคนชาติอื่นเข้าใจคนไทยมากขึ้น และท้ายที่สุดโครงการนี้ยังเป็นโครงการที่บุกเบิกแนวทางการวิเคราะห์สภาวะของสังคมไทยโดยใช้ข้อมูลทางภาษา โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ วิเคราะห์ความหมายของคำในภาษาไทยมาตรฐานที่คัดเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงจำนวน 300-500 คำ วิเคราะห์ประวัติความเป็นมาของคำดังกล่าวโดยย้อนไปหาอดีตที่ไกลที่สุดเท่าที่มีหลักฐาน นำผลการวิเคราะห์ทางภาษามาตีความเพื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยหน่วยที่ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์คือคำในภาษาไทย จำนวนประมาณ 300-500 คำ ผู้วิจัยเลือกคำจากหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ที่ตีพิมพ์ในปีพ.ศ. 2546-2547 โดยสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ ตามหัวข้ออัตลักษณ์ไทยที่จะศึกษา ได้แก่ ศาสนาและความเชื่อ การเมืองการปกครอง การศึกษา และ การทำมาหากิน เหตุที่ใช้หนังสือพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูล เพราะเป็นสิ่งตีพิมพ์ที่เข้าถึงคนในสังคมมากที่สุด โดยไม่จำกัดเพศ อายุ การศึกษา และชั้นวรรณะ ภาษาที่ใช้จึงเป็นตัวแทนของภาษาไทยบรรทัดฐานที่ใช้ทั่วไปในหมู่มาก และเป็นภาษาที่สะท้อนความเป็นไทยทั่วไปได้ สำหรับแหล่งข้อมูลด้านการใช้คำและประวัติของคำ ผู้วิจัยค้นคว้าจาก ศิลาจารึก เอกสารโบราณ สิ่งตีพิมพ์ต่างๆ และผลงานวิจัยเกี่ยวกับประวัติของคำไทย นอกจากนั้น ข้อมูลบางส่วนได้จากการสอบถามที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาตระกูลไท และภาษาอื่นที่มีอิทธิพลต่อภาษาไทย

ศ.ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ได้กล่าวถึง คนไทยกับ 3 คำเจ้าปัญหา : เชื้อชาติ-กลุ่มชาติพันธุ์-อัตลักษณ์ ในงานภูมิสังคมเสวนาสาธารณะ เรื่องคนไทยหลายเผ่าพันธุ์ 3,000 ปี ในสุวรรณภูมิ ณ ห้องพระโรง วัดท่าพระ มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2548 ว่า เรื่องของคนไทย หรือของชาติไทย โดยความคิดของที่เกี่ยวข้องกับชาตินั้น มาจากคำ 3 คำ ที่ทำให้เกิดความสับสนในความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นชาติของคนไทย

คำแรก"เชื้อชาติ" ซึ่งฝรั่งเรียกว่า Race ขอให้สังเกตว่า ความคิดที่อยู่เบื้องหลังเป็นคุณสมบัติบางอย่างในทางชีววิทยาที่มีอยู่ติดตัวคนโดยตายตัวไม่เปลี่ยนแปลงเลย นักชีววิทยาในโลกนี้ค้นไม่พบ มันเป็นเรื่องที่คนสมมุติขึ้นเท่านั้น ไม่ว่าคนเชื้อชาตินั้นๆ จะอพยพไปอยู่ที่ไหน ผสมกับเชื้อชาติอื่นขนาดไหน ยังคงมีเชื้อชาติที่มันซ่อนอยู่ในตัว คุณลักษณะทางชีววิทยาที่ซ่อนอยู่ในตัวที่จะไม่ถูกกระทบ ไม่เปลี่ยนแปลงเลย ทั้งหมดนี้เป็นความเข้าใจผิด เป็นการสร้างแนวคิดที่ผิดฝรั่งในศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา มีการผลักดันความเป็นชาตินิยม โดยเฉพาะในยุโรปตะวันออกสมัยหนึ่งนั้นเคยเป็นดินแดนอาณานิคมของออสเตรียฮังการีบ้าง ตุรกีบ้าง คนในยุโรปตะวันออก ณ เวลานั้นรู้สึกตัวเอง แตกต่างจากผู้ปกครอง พูดภาษาที่ไม่เหมือนกัน วัฒนธรรมก็ไม่เหมือนกัน รวมทั้งมีเชื้อชาติ ผงอยู่ในตัวแตกต่างจากชาติอื่นๆ ที่มาเป็นผู้ปกครองตัวเองด้วย จึงผลักดันเคลื่อนไหวในทางชาตินิยมในยุโรปตะวันออก ซึ่งยุโรปตะวันตกเป็นกรณีเริ่มเรื่องเชื้อชาติ และเผยแพร่ไปทั่วโลก

ผลจากการเชื่อนี้ทำให้เกิดเผด็จการ เช่น นาซี ที่ยืนยันในการสร้างความบริสุทธิ์ของกลุ่มเชื้อชาติอารยัน อย่างนี้เป็นต้น รวมทั้งการรังเกียจยิปซี รังเกียจยิว รังเกียจใครก็ตามแต่ที่ไม่มีเชื้อชาติอารยันด้วย ประเทศไทยเองใช้คติเรื่องเชื้อชาติ อยู่ตายตัว มีในตัวของเราแล้วใช้มันเป็นฐานในการสร้างชาติของไทยเรา จึงเป็น Misconception หรือการสร้างแนวคิดที่ผิด พวกที่เรียกว่าไต หรือไท่นั้น กลับไปดูประวัติศาสตร์แล้วจะพบว่า ที่เรียกตัวเองว่าไต หรือไท หรือที่พูดภาษาที่เรียกว่าไต หรือไทก็ตาม ไม่เคยอยู่โดดเดี่ยวเลย อยู่ร่วมกับชนชาติอื่นๆ ตลอดมา ถ้าดูถึงคนไต หรือไท ที่อยู่ในประเทศจีนในปัจจุบันนี้ ก่อนหน้าที่จีนจะอพยพมาทางใต้ ไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวเหมือนกัน ไต หรือไท อยู่ร่วมกับคนภาษาอื่นในวัฒนธรรมอื่น มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันตลอดมา มีการผสมเผ่าพันธุ์ระหว่างกันตลอดมา ฉะนั้น ยิ่งพูดถึงไต หรือไท แล้วไปผูกพันความเป็นชาติไทย กับกลุ่มคนที่อ้างว่ามีเชื้อชาติเป็นไต หรือไทนั้นเลื่อนลอย เป็นความสับสน ความคิดที่สับสนเกี่ยวกับเรื่องเชื้อชาติของเรา ที่สอนกันเป็นแบบเรียนและแบบอื่นๆ ตลอดมานั้น เป็นเรื่องของเชื้อชาติยึดกับสิ่งที่ไม่มีอยู่จริง ไม่ว่าในทางวิทยาศาสตร์ ในทางมานุษยวิทยา หรือว่าในทางประวัติศาสตร์ ไม่มีสิ่งที่เราเรียกว่าเชื้อชาติ จริงๆ นั้นเป็นความสับสนของชาติ

คำที่ 2 คือ "กลุ่มชาติพันธุ์" ซึ่งไม่เกี่ยวกับชีววิทยา ไม่เกี่ยวกับเม็ดเลือด ที่ว่าติดตัวอยู่กับเราตลอดเวลานั้นไม่ใช่ กลุ่มชาติพันธุ์ คือ กลุ่มวัฒนธรรมที่แปรเปลี่ยนได้ ไม่อยู่คงที่ ไม่ตายตัว เหมือนเชื้อชาติ และรับสมาชิกใหม่ก็ได้ เช่น คนไทยที่ไปอยู่อเมริกา จนกระทั่งพูดภาษาไทยไม่เป็น ไม่มีความรู้สึกเป็นไทยเลย รับเอาวัฒนธรรมอเมริกันทุกอย่าง เขาก็ไม่อยู่ในชาติพันธุ์ไทยอีก เพราะเขาสังกัดอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่เกี่ยวกับประเทศไทยทั้งสิ้น ฉะนั้นความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์จึงสั่งสมได้ บางอย่างสั่งสมได้เป็นกว่า 1,000 ปี จากคนหลายเชื้อชาติ ไม่มีกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มไหนที่อยู่โดดเดี่ยว ต้องมีการแลกเปลี่ยนกับพ่อค้า มีการติดต่อสื่อสาร พูดได้ว่าทั้งโลก จะหากกลุ่มชาติพันธุ์ที่ไม่ผสมปนเป ไม่มีความหลากหลายในตัวเองไม่มีเลย การเกิดลักษณะในทางวัฒนธรรม เช่น ภาษา การแต่งกาย ฯลฯ ซึ่งแปรเปลี่ยน ไม่ได้อยู่คงที่ตายตัวตลอดเวลา

ปัญหาของกลุ่มชาติพันธุ์ ไม่ผิดในตัวเอง แต่ผิดที่ว่าเราสมมุติให้เป็นลักษณะจำเพาะทางวัฒนธรรมบางอย่าง แล้วไปยึดเยียดให้คนอื่น ๆ ซึ่งรวมอยู่ในชาติของเรา ชื่อนำสังเกตอีกอย่างหนึ่งถึงแม้กลุ่มชาติพันธุ์เป็นฐานคิดถึงความเป็นชาติได้ แต่เมื่อยึดชาติพันธุ์ก็ต้องไม่ยึดเชื้อชาติ คนไทยที่อยู่ในประเทศไทยปัจจุบันนี้ เป็นพี่น้องกับมอญ, เขมร ยิ่งกว่าเป็นพี่น้องไทยอาหม, ไทยคำตี้, ไต หรือไท เป็นต้น ห่างไกลจากเราทั้งสิ้น ถ้าลองใช้ชีวิตร่วมกับไทยอาหม, ไทยคำตี้ จะรู้ว่าการใช้ชีวิตแตกต่างกันมาก

คำที่ 3 ซึ่ง ทำให้เกิดความสับสน คือ "อัตลักษณ์" อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเอง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยทุกฝ่าย (หมายถึงทุกคน) เมื่อสิ้นสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น เรามีอัตลักษณ์ 2 อย่าง

The Land of Smile คือ "สยามเมืองยิ้ม" ที่คนอื่นเขาสร้างให้ไทย จนปัจจุบันนี้เรายังพอใจใช้ในการขายของการท่องเที่ยว ซึ่งไม่แน่ใจว่าฝรั่งเขายกย่องหรือไม่ได้ยกย่อง ที่เราเป็น The Land of Smile เพราะฝรั่งยิ้มเป็นในความหมายเดียว ขณะที่คนไทยใช้การยิ้มเพื่อสื่อความหมายหลายอย่างมาก เช่น ยิ้มแหยๆ แปลว่าอะไร ไม่มีในภาษาฝรั่ง เชื่อว่าฝรั่งไม่เข้าใจ

The Land of Siamese Talk เป็นอัตลักษณ์ที่ฝรั่งยึดเยียดให้ไทย เราพยายามทำให้คำนี้หายไปในความรู้สึกนึกคิดของคนไทย ความเป็นอัตลักษณ์ของไทย แล้วยกย่อง The Land of Smile เป็นอัตลักษณ์แทน

ที่ต้องยกเรื่องนี้ขึ้นมาเพื่อบอกให้รู้ว่า เมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์ เมื่อนั้นกำลังพูดถึงสิทธิสิทธิของประเทศไทยต่อคนอื่น ๆ ในโลก ฉะนั้นการนิยามแล้วนิยามอีกซึ่งอัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของการต่อสู้ เป็นเรื่องที่ทุกสังคมต้องพยายามสร้างอัตลักษณ์เพื่อจะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งเนื้อที่และสิทธิเมื่อเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ นั่นเอง อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้ จะ

สามารถเปลี่ยนแปลงหรือสร้างอัตลักษณ์ได้ตลอดเวลา เช่น ประเทศอื่นมองกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงการมรดกของโลก นี่เป็นอัตลักษณ์ที่ยกให้กับประเทศไทย เราต้องต่อสู้ แต่ไม่ใช่ด้วยการไว้วางใจให้เปิดหนังสือพิมพ์ แต่ต่อสู้โดยการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นกรุงเทพฯ ขึ้นมาต่อสู้กับเมืองหลวงการมรดกให้ได้ การจัดเสวนาเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ในการสู้กับความเป็นนครหลวงการมรดกของโลก ฉะนั้นเมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์เป็นเรื่องของบทบาท เป็นเรื่องของอำนาจ เป็นเรื่องของสิทธิ ซึ่งทำให้ต้องเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่ม สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้ตนเองได้ คำ 3 คำนี้คนมักเข้าใจผิด เอาความเข้าใจผิดมาใช้เป็นฐานของการสร้างความคิดเกี่ยวกับชาติของไทย สรุปคือ หวาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง เชื้อชาติเป็นเรื่องไม่จริง, กลุ่มชาติพันธุ์เป็นของสมมุติ, อัตลักษณ์เป็นการสร้างขึ้น มา หวาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง สมมุติทั้งนั้น แม้แต่คำว่าชาติเองก็สมมุติ ไม่ได้มีจริงๆ

นักวิชาการชาวต่างชาติพูดว่า "ชุมชนที่เกิดขึ้นจากจินตนาการของเราเอง เราเป็นคนที่ยินจินตนาการให้เกิดชุมชนขึ้นมาเอง มันไม่ได้มีอยู่เองโดยธรรมชาติมาตั้งแต่ครั้งอยุธยา แต่เป็นสิ่งที่เราจินตนาการให้เกิดชุมชนชนิดนี้ขึ้นมา" จินตนาการที่ทำให้เกิดชาติไทยของเราในปัจจุบันนี้ สับสน จนกระทั่งไม่ได้รับการรับรองความเป็นจริง ซึ่งในชาติไทยหรือสังคมไทยมันมีความหลากหลายมากมาย ขณะที่จินตนาการที่ใช้อธิบายความเป็นชาติของไทย ไม่เหลือพื้นที่ให้แก่ความแตกต่างหลากหลายอย่างเพียงพอ จินตนาการแบบนี้จะสร้างความเหลื่อมล้ำเกิดขึ้นแก่คนไทยอีกมากมาย ระหว่างคนที่สามารถพิสูจน์ความเป็นไทยได้ 100% อีกคน 90% อีกคน 80% 70% 50% จนกระทั่งติดลบไปเลย เรามีสิทธิและอำนาจในชาติของเราไม่เท่ากัน เรามีวิธีการกีดกันคนอื่นไม่ให้เข้ามาสู่เวทีแห่งอำนาจ เวทีแห่งสิทธิ โดยการกันเขาออกไปจากความเป็นไทย โดยอาศัยจินตนาการที่มันคับแคบเกินไป ไม่รองรับกับความเป็นจริง และที่สำคัญที่สุดทำให้ชาติที่แท้จริงเกิดขึ้นไม่ได้

เป็นภารกิจของคนไทย ที่ต้องสร้างชาติ แต่ไม่ใช่ชาติที่คับแคบ ที่สร้างความเหลื่อมล้ำ ต้องสร้างชาติขึ้นจากความยุติธรรม สร้างชาติขึ้นมาจากความเข้าใจถึงความหลากหลายของผู้คนในชาติไทย เพื่อสร้างประชาชาติไทยที่แท้จริงนั้น ต้องทำอะไร สิ่งสำคัญที่สุดต้องทำความเข้าใจเรื่องนี้ให้ดี ๆ วิชาประวัติศาสตร์และโบราณคดีทั้งสองอย่างนี้ ค่อนข้างจะก้าวหน้าในเรื่องนี้ เพราะเป็นกลุ่มวิชาแรกๆ ที่ชี้ให้เห็นว่า คติชาติที่คับแคบแบบนี้ไม่รองรับความเป็นจริง เพราะยิ่งขุดค้น ยิ่งศึกษาลงไปมากเท่าไร จะพบความหลากหลายมากขึ้นเท่านั้น ความหลากหลายที่สำคัญ มันมีรากเหง้าของคนไทยที่แท้จริง มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีความหลากหลายในทาง

วัฒนธรรมอีกมากมาย คนไทยไม่ได้เป็นอะไรที่อยู่นิ่งๆ มา 3,000 ปีมาแล้ว คนไทยเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และแลกเปลี่ยนรับเอาวัฒนธรรมรับเอากลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ เข้ามาผสมปนเปมากมาย อันนี้น่าจะเป็นแก่นเรื่องหลักของการสอนประวัติศาสตร์ไทย แต่แบบเรียนประวัติศาสตร์ไม่ได้สอนสิ่งนี้ กลับไม่ทำให้เรารู้จักความมั่งคั่งของชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดชาติไทยปัจจุบัน ทำให้เราเห็นบทบาทของคนหลายกลุ่มในสังคมไทย กว่าจะเป็นชาติไทยทุกวันนี้ มันมีคนหลายกลุ่มเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญ จีนแทบไม่มีบทบาทในประวัติศาสตร์ ปัจจุบันนี้เราพูดถึงจีนในบทบาททางเศรษฐกิจ ไม่มีใครเถียง ด้วยเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่งเขาสามารถลักตัวเองเข้าไปอยู่ในพื้นที่ความทรงจำของคนไทยปัจจุบัน ไม่ว่าจะทางเศรษฐกิจ หรือเทคโนโลยี ที่เราเรียกอาหารไทย กระทั่งเหล็กก็มาจากเมืองจีน

ลองคิดถึงกลุ่มคนอื่นๆ บ้าง เช่นพวกกะเหรี่ยง กะเหรี่ยงมีอำนาจอยู่เหนือรัฐอิสระตามชายแดน ไม่ว่าพม่าจะรบกับไทยหรือไทยรบกับพม่า ต้องเป็นพันธมิตรกับพวกนี้ เพราะต้องส่งเสบียงผ่านดินแดนและรวมถึงการค้าด้วย เพราะพบด้วยข้ามสังคมโลกบนเส้นทางการค้าที่ผ่านดินแดนซึ่งครั้งหนึ่งน่าจะเป็นดินแดนของกะเหรี่ยง พวกกูย ซึ่งคนภาคกลางเรียกว่าส่วย เป็นผู้สอนเกี่ยวกับช้างในทางปฏิบัติ ซึ่งเปลี่ยนจากช้างป่าเป็นช้างบ้าน ยังไม่พูดถึงการประมงที่มีทั้งจีน ญวน มลายู เพราะประมงทะเลเป็นสิ่งที่คนไทยไม่มีความรู้แต่อาศัยคนกลุ่มอื่นๆ มาสอนเราจนชำนาญ คนเหล่านี้จึงมีบทบาทมากมาย ซึ่งเราไม่ค่อยพูดถึง ถ้าคิดถึงเรื่องข้าว พันธุ์พืชหลากหลาย ถ้าไม่มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่ช่วยเก็บรักษาและเพาะพันธุ์พืช เราคงไม่เป็นประเทศที่มีความมั่งคั่งในเรื่องพันธุ์พืช ผลไม้ไทยถูกพัฒนาพันธุ์มาก ไม่ใช่เกิดจากการพัฒนาของกรมอะไรของกระทรวงเกษตร ก่อนหน้านั้นไปอีกมีการทำสวนของจีนที่อพยพเข้ามา รู้จักการคัดพันธุ์มาตั้งแต่เมืองจีนแล้วมาคัดพันธุ์ในเมืองไทย ที่มีได้เพราะมีคนพัฒนามัน

สิ่งที่เรามองว่าเป็นอัตลักษณ์ของเรานั้น ควรกว้างขวางกว่านี้ ไม่ใช่เฉพาะอัตลักษณ์ของกลุ่มคนไทยในภาคกลาง แต่มันเป็นอัตลักษณ์ที่กว้างขวางเพื่อให้เรามีพลังต่อรองในโลกข้างนอกได้มากขึ้น เพราะฉะนั้นถามว่าคนไทยคืออะไร คนไทยคือกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลาย มีความสามารถที่เปลี่ยนแปลงได้ ไม่ได้อยู่นิ่งตายตัว ในการคิดถึงความเป็นชาติของไทย เราต้องสร้างจินตนาการใหม่ให้แก่ชาติไทย ไม่ใช่ยึดจินตนาการที่สืบทอดมาเมื่อ 100 ปีที่แล้ว เพราะเป็นจินตนาการที่แคบเกินไป อาจก่อให้เกิดความบาดหมาง ความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยเป็นอย่างสูง

พิศิษฐ์ คุณวโรตม์ (2546: 306-307) สรุปเอาไว้อย่างชัดเจนว่า อัตลักษณ์ (identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเอง และการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก

(awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ "ฉันเป็นใคร"

วรพล พรหมนิบุต (กรุงเทพฯธุรกิจ : 2547) กล่าวว่า อัตลักษณ์เอเชียตะวันออก "มี" อยู่จริง แม้ว่าภายในขอบเขตของอัตลักษณ์ดังกล่าว น่าจะมีลักษณะเชิงความหลากหลายร่วมกันมากกว่าจะเป็นอัตลักษณ์แบบชุดเดียวเด็ดขาด นักวิชาการจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกกว่า 70 คน เข้าร่วมประชุมสัมมนาระดมข้อมูลและข้อเสนอความคิดในการสร้าง "ชุมชนเอเชียตะวันออก" (East Asian Community) จัดโดยสถาบันเอเชียตะวันออกศึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้รับเกียรติจากที่ประชุม "เครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออก" (Network of East Asian Think-Tanks) ให้เป็นองค์กรประสานงานการจัดประชุมสัมมนา ระหว่างวันที่ 16-17 สิงหาคมที่ผ่านมา การประชุมเครือข่ายนักวิชาการข้างต้น เป็นการประชุมทางวิชาการครั้งที่ 2 ซึ่งการประชุมวิชาการของเครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออกครั้งแรกสุด จัดขึ้นในประเทศไทยจีน โดยสถาบันวิชาการและองค์กรภาครัฐของจีนเป็นเจ้าภาพ

สถานการณ์อันเป็นมูลเหตุแห่งการจัดตั้งเครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออก ปรากฏเกี่ยวข้องกับการเกิดวิกฤติการเงินเอเชียที่เริ่มต้นปะทุรุนแรงขึ้นในระบบเศรษฐกิจไทย จนเปิดช่องทางการใช้มาตรการทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ภายใต้กรอบคำแนะนำเชิงนโยบายของกลุ่มสถาบันการเงินระหว่างประเทศในเครือข่ายกองทุนการเงินระหว่างประเทศ และธนาคารโลก แล้วส่งผลกระทบลูกโซ่ลุกลามไปก่อความเสียหายต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสังคมของประเทศอื่น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียดได้ และเกาหลีใต้ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก มาเลเซีย ได้รับผลกระทบจากกระบวนการลูกโซ่วิกฤติ การเงินเอเชีย เมื่อปี ค.ศ.1997 (พ.ศ.2540) แต่นายกรัฐมนตรีมาเลเซียในขณะนั้น (ดร.มหาธีร์ โมฮัมหมัด) แสดงวิสัยทัศน์ชัดเจนว่าผู้นำประเทศรายใดในกลุ่มอาเซียน ว่า ความยุ่งยากทางเศรษฐกิจของเอเชีย มีส่วนผสมสำคัญจากบทบาทชาวตะวันตก ผู้นำมาเลเซียประกาศจุดยืนทางความคิด ว่า ความยุ่งยากทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในเอเชีย สามารถเยียวยาแก้ไขได้ โดยอาศัยความช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างประเทศในเอเชีย บนพื้นฐานวิสัยทัศน์เช่นนั้น รัฐบาลมาเลเซียดำเนินความพยายามอย่างแข็งขัน ทั้งในการปฏิเสธอำนาจเชิงนโยบายที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) พยายามส่งมอบให้รัฐบาลมาเลเซียนำไปปฏิบัติ และในการดึงดูดความช่วยเหลือทางการเงินจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) จนทำให้เกิดรากฐานการเจรจาระดับรัฐและเอกชน ที่เสริมสร้างความต่อเนื่องในขอบเขตความสัมพันธ์ที่ขยายตัวมากขึ้น ตามลำดับ

ระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับประเทศในเอเชียตะวันออก 3 ประเทศ คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

ประชุมเจรจาระดับรัฐระหว่างสมาชิกกลุ่มอาเซียนกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ระหว่างช่วงเวลาที่สามารถนัดดังกล่าวปรากฏขึ้นจนถึงปัจจุบันยังคงใช้คำว่า "อาเซียน บวก 3" เนื่องจากยังไม่มีกรอบการรวมตัวเป็นองค์กรเดียวอย่างเป็นทางการ แต่ฐานความคิดและความพยายามในการสร้างภาวะ "ชุมชนร่วม" ระหว่างกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกในทั้ง 2 ภูมิภาคย่อย (คือ เอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ได้รับการเผยแพร่รับรู้มาแล้วตั้งแต่ระหว่างช่วงการประชุมวิชาการของเครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออกครั้งแรกในประเทศจีน

ข้อเสนอความคิดประการหนึ่งจากบทสรุปการประชุมวิชาการเครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออกครั้งแรกในประเทศจีน ได้แก่ นัยสำคัญของคุณค่าความเป็นตะวันออก และ "อัตลักษณ์" ของเอเชียตะวันออก ข้อเสนอความคิดข้างต้น (รวมทั้งข้อเสนอความคิดอื่นๆ อีกหลายประการ) ถูกส่งมอบให้ที่ประชุมเครือข่ายคลังสมองเอเชียตะวันออกครั้งที่ 2 ในประเทศไทยรับไปพิจารณา ระดมข้อมูลและการอภิปราย เพื่อแสวงหาเส้นทางที่เป็นไปได้ในการสร้างภาวะ "ชุมชนเอเชียตะวันออก" ร่วมกันสำหรับโลกในคริสต์ศตวรรษ 21

บทความวิชาการชิ้นแรกที่ใช้เป็นบทความเปิดเวทีประชุมทางวิชาการครั้งนี้ เป็นบทความเรื่อง "Toward East Asian Community" (มุ่งสู่ชุมชนเอเชียตะวันออก) โดย ดร.ประภัศร์ เทพชาตรี นักวิชาการไทย จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การนำเสนอบทความและข้อสังเกตทางวิชาการต่างๆ ในการประชุมให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อการแสวงหาเส้นทางความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการเมืองระหว่างภาคเอกชน และภาครัฐในกลุ่มประเทศอาเซียน บวก 3 โดยคำนึงถึงความสำคัญของฐานทางสังคม และคุณค่าทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศที่เกี่ยวข้อง

การอภิปรายเกี่ยวกับนัยสำคัญของมิติความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในเวทีประชุมวันที่ 17 สิงหาคมมุ่งไปที่ประเด็นสำคัญเรื่องอัตลักษณ์ (identity) ของชุมชนเอเชียตะวันออก ซึ่งถูกมองวิเคราะห์ และตั้งข้อสังเกตที่หลากหลาย หรือคล้ายคลึงกันบางส่วน จากทัศนะของนักวิชาการหลายประเทศ

ถึงแม้จะยังคงมีความหลากหลายทางความคิดในเนื้อหาบทความ และการตั้งข้อสังเกตต่อการนำเสนอบทความที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ของเอเชียตะวันออก แต่ฐานความคิดร่วมกันประการหนึ่ง ที่สะท้อนอยู่ในวงวิชาการดังกล่าว ได้แก่ ฐานความคิดเบื้องต้นว่าอัตลักษณ์เอเชียตะวันออก "มี" อยู่จริง แม้ว่าภายในขอบเขตของอัตลักษณ์ดังกล่าว น่าจะมีลักษณะเชิงความ

หลากหลายร่วมกัน มากกว่าจะเป็นอัตลักษณ์แบบชุดเดียวเด็ดขาด ซึ่งฐานความคิดแบบนี้สามารถสร้างภาวะชุมชนเอเชียตะวันออกเฉียงที่มีเอกภาพมากขึ้น โดยมีคุณสมบัติความหลากหลายของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ยอมรับร่วมกันอยู่ภายใน

จากแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ สามารถมองได้สองทางด้วยกัน คือ ทางที่ 1 ตัวเองมองตนเอง แล้วกำหนดว่าตนเองเป็นใคร หรือเป็นอย่างไร ทางที่ 2 บุคคลอื่นหรือสังคมภายนอกมองเรา แล้วกำหนดหรือระบุว่าเราเป็นใคร ตามแนวคิดของ Charon, Blumer, และประภาพรรณ นอกจากนั้น อัตลักษณ์ยังมีลักษณะที่มีได้ เกิดขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และพัฒนาได้ โดยอาจกำหนดคุณลักษณะด้วยตนเองหรือสังคมช่วยกันสร้างหรือช่วยกันกำหนดขึ้น อัตลักษณ์ไทย มีลักษณะผสมผสานจากการอยู่ร่วมกันหลายกลุ่มชาติพันธุ์ กำหนดหรือมีลักษณะที่เรียกว่า อัตลักษณ์ของความเป็นไทย ดังที่ ศ.ดร. นิธิ กล่าวไว้โดยที่พิศิษฐ และวรรณภา ก็มีความเห็นที่ไปในทิศทางเดียวกัน

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

วนิดา ขำเขียว (วนิดา ขำเขียว.2543 : 107-110) กล่าวว่า สุนทรียศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับธาตุที่ทำให้เกิดความงาม แต่ว่าคำว่าความงามนี้มีได้หมายเฉพาะความงามที่เกิดจากสัดส่วนที่ถูกต้องเหมาะสมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงความแปลกตาม ความน่าทึ่ง นั่นคือ ในบางขณะอาจมีความหมายลึกไปถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นด้วย สุนทรียธาตุมิใช่เป็นเพียงคุณสมบัติของศิลปกรรมเท่านั้น แต่เป็นคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดตามธรรมชาติ ความงามที่เกิดจากธรรมชาติ ความน่าเกลียดน่ากลัวที่เกิดจากจินตนาการและศรัทธาอันเข้มข้นที่ทำให้เกิดความงามและศิลปะ ล้วนแล้วแต่เป็นสุนทรียธาตุทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังได้ให้มุมมองในเรื่องของเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ว่ามีอยู่ 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มที่มีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือ กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์การตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นผันไปตามสภาวะแวดล้อม โดยเชื่อว่าเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ ไม่ขึ้นอยู่กับผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์ต้องวางตัวเป็นกลาง และต้องสำนึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ

ไพฑูรย์ (ไพฑูรย์ พัฒนไญยยิ่ง.2541:1-8) ได้ให้ความหมายของคำว่าสุนทรียศาสตร์ ว่าเป็นวิทยาศาสตร์สาขาพิเศษ เป็นเรื่องของความซาบซึ้งศิลปะและความซาบซึ้งอื่นๆ นักสุนทรียศาสตร์เชิงวิทยาศาสตร์จะพิจารณาจากมโนทัศน์ภายนอกอย่างพินิจพิจารณา เป็นการศึกษาประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของวัตถุที่มีคุณค่าของตัวมันเองเมื่อมีประสบการณ์ทำงานด้าน

สุนทรียะมากพอแล้ว จึงจะสามารถแบ่งระดับของวัตถุทางสุนทรียศาสตร์ได้ ด้วยคำถามง่ายๆว่า คุณหมายความว่าอะไร และรู้ได้อย่างไร นอกจากนี้ ยังกล่าวว่า สุนทรียศาสตร์เป็นสาขาปรัชญาที่ว่าด้วยการวิเคราะห์หัตถ์ และสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นที่อยู่ในขอบเขตเช่นเดียวกับขอบเขตของวิทยาศาสตร์ซึ่งจะตั้งคำถามเช่นเดียวกันว่า ลักษณะสำคัญอะไรบ้างที่ทำให้วัสดุสวยงาม มีมาตรฐานทางสุนทรียศาสตร์หรือไม่ ความสัมพันธ์ของงานศิลปะต่อธรรมชาติคืออะไร เป็นต้น และอาจอธิบายอย่างเฉพาะเจาะจงลงไปอีกว่า “สุนทรียศาสตร์คือวิทยาศาสตร์ของความงาม” เนื่องจากสุนทรียศาสตร์รวมไปถึงศิลปะ การละคร ดนตรี การฟ้อนรำ วรรณคดี ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการกิจกรรมดังกล่าว เป็นกิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ ความซาบซึ้งในคุณค่า ที่สามารถแสดงความเป็นตัวตนอย่างแท้จริงของกลุ่มชน หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสวยงาม อย่างมีสุนทรียะ

สุชาติ (สุชาติ สุทธิ.2544:79-87) กล่าวไว้อีกแง่มุมหนึ่งว่า ปกติเมื่อกล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ในการศึกษาศิลปะของไทย จะรู้จักกันในความหมายของสุนทรียศาสตร์เชิงปรัชญาหรือเชิงความคิดซึ่งมีอยู่ในการเรียนรู้ด้านศิลปะเป็นปกติ แต่เมื่อใดที่นำความรู้สุนทรียศาสตร์มาขยายความเพื่อใช้ในขอบข่ายของศิลปะจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ไม่น่าจะเกี่ยวเนื่องกัน และถ้าเป็นการเรียนรู้สุนทรียศาสตร์เชิงพฤติกรรมหรือเชิงประสบการณ์ทางสุนทรียภาพก็จะเป็นรูปธรรมของมันเป็นเอง โดยใช้คำขึ้นต้นด้วยคำว่าสุนทรียภาพ และเติมชื่อของสาขาวิชาไว้ตามหลัง โดยเอาเนื้อหาเกี่ยวกับความซาบซึ้งมาเชื่อมโยง แต่ยังไม่รู้ว่าจะนำความรู้เหล่านั้นมาสร้างให้เกิดความสุนทรีย์กับใครด้วยกระบวนการใด ดังนั้นประสบการณ์ของความมีสุนทรีย์ที่เกิดขึ้นด้วยกระบวนการใดก็ตาม จะอยู่ในขอบข่ายที่เกิดจากการได้คุณค่าจากการสัมผัสที่ผ่านความรู้สึกของการรับรู้มาสู่ความซาบซึ้ง

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงบทบาทและประสบการณ์ทางสุนทรียภาพว่า ปกติประสบการณ์ทางสุนทรียภาพของชีวิตมิได้เป็นของแปลกใหม่สำหรับชีวิตประจำวันเพราะเป็นเรื่องที่มีอยู่ในหน่วยสังคมตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันและอนาคตของมนุษยชาติ แต่ความแปลกใหม่ขึ้นอยู่กับการสังคมนั้นและวัฒนธรรมใดนำมาพัฒนาให้ชนชาติของตนได้ก้าวหน้ามากน้อยได้โดยวิธีใด หากยึดวิธีการปลูกฝังโดยประเพณีที่กระทำกันมาตามกระแสของวัฒนธรรม สิ่งที่มาคือ อิทธิพลของกระแสวัฒนธรรมที่พัฒนาสังคมได้มากกว่าจะไหลเข้ามาแทนที่ หากยึดถือว่าการแสดงความเป็นชาติได้จากกลิ่นอายของวัฒนธรรม และถ้าวัฒนธรรมที่อ่อนแอถูกกลืนสิ้นไป หมายถึงสัญลักษณ์ของความเป็นชาติได้สลายไปโดยปริยาย เพราะชนในชาติเป็นผู้มองไม่รู้ดูไม่ออก ฟังไม่ฟัง หรือไม่มีวัฒนธรรมทางการรับรู้ ที่ปลูกความสำนึกให้เกิดความตระหนักได้ดี เพียงพอต่อการเลือกสรรสิ่งที่มี

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงสุนทรียภาพและประสบการณ์ไว้ว่า ประสบการณ์เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาสุนทรียภาพในบุคคล ดังเช่นถ้าเราไม่มีประสบการณ์กับแก้วน้ำ หรือมีประสบการณ์น้อย เราคงไม่สามารถเลือกสรรแก้วน้ำที่สวยงาม จับถนัดมือ ไม่ลื่นตกแตกได้ดีมากนัก “ความงาม” ก็เช่นกัน เราคงต้องแสวงหาประสบการณ์ ตลอดจนร่วมกันสร้างประสบการณ์ทางด้านสุนทรียะให้กับเด็กและเยาวชนทุกคน ปัญหาก็คือเราจะช่วยกันสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนคนไทยได้อย่างไร หอศิลป์ปรกรรม พิพิธภัณฑ์ หอนาฏลักษณ์ ห้องสมุด สื่อมวลชนที่มีเพียงพอในชุมชนมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ มีผลงานทัศนศิลป์ ศิลปะการแสดง ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ มีสติปัญญาความคิด และมีรสนิยม

เมื่อกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสุนทรียภาพและสภาพแวดล้อม วิรุณ ตั้งเจริญ ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สภาพแวดล้อมในที่นี้หมายถึง ธรรมชาติและสภาพสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ธรรมชาติเป็นสิ่งแวดล้อม สมดุล และมีวัฏจักรของการเปลี่ยนแปลง เมื่อมนุษย์สร้างสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาคารบ้านเรือน ผังเมือง เขื่อน ขยะ สิ่งแวดล้อมเหล่านี้ล้วน เกี่ยวข้องหรือไปกระทบกับธรรมชาติ กลมกลืนกับธรรมชาติ เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ หรือทำลายธรรมชาติ สภาพแวดล้อมที่ดีงาม สะอาด ประณีต ไม่ฝืนหรือทำลายระบบนิเวศวิทยา ย่อมช่วยกระตุ้นและพัฒนาสุนทรียภาพในบุคคลและในทางกลับกัน การพัฒนาสมาชิกในสังคมให้มีสุนทรียภาพ มีจิตสำนึกที่ดีงาม ชื่นชมในความงาม มีจิตสำนึกสาธารณะ สมาชิกสังคมเช่นนั้นย่อมสร้างสรรค์หรือพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ประณีตงดงาม ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและการมีชีวิตร่วมกันในสังคม

สำหรับในแง่ของวัฒนธรรมกับความมีสุนทรียภาพ วิรุณ ตั้งเจริญ กล่าวว่า เมื่อสิ่งใดที่ประพฤติปฏิบัติบ่อยครั้ง การประพฤติปฏิบัติที่มีการคัดสรรกลั่นกรองคงอยู่แต่ความดีงาม ประณีต และมีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต สิ่งนั้นและพฤติกรรมนั้นจะกลายเป็นวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมพัฒนาได้ เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อก้าวไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ประณีตกว่า และมีคุณค่ากว่าสำหรับการดำรงชีวิตร่วมกันในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป “วัฒนธรรม” จึงเป็นความดีงาม ที่มีนัยะทั้งการดำรงไว้ซึ่งความดีงาม ประณีต มีคุณค่า และนัยะของการพัฒนาเปลี่ยนแปลงหรือมีพลวัตในตัวตนของวัฒนธรรม ระบบครอบครัวหรือบ้านย่อมเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างวัฒนธรรม สร้างสุนทรียภาพในบุคคล บ้าน โรงเรียน และสังคม จะต้องร่วมกันพัฒนา สร้างเสริมวัฒนธรรมที่ดีงาม ความดีงามทั้งที่เป็นคุณสมบัติ และรูปสมบัติ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับความรักและความชื่นชมในความงาม ความประณีต หรือสุนทรียภาพ “สุนทรียภาพ” จึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

พระราชวรมุณี (อ้างใน วิรุณ ตั้งเจริญ.2546:29)กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ไปในทิศทางเดียวกัน ไพฑูรย์ สุขชาติ และวิรุณ ว่า สุนทรียศาสตร์เป็นสาขาปรัชญาที่ว่าด้วยความงามทั้งในงานศิลปะ และในธรรมชาติโดยการศึกษาประสบการณ์ คุณค่าของความงาม และมาตรการตัดสินใจว่า อะไรงาม หรือไม่งาม การตัดสินคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์มีได้ 3 ลักษณะคือ ความสวยงาม ความติดตาติดใจ และความเลอเลิศ

จากแนวคิดที่กล่าวมาทั้งหมด นักวิจัยเห็นด้วยกับ วนิดา วิรุณห์ ไพฑูรย์ และสุขชาติ โดยสรุปว่า “สุนทรียศาสตร์” เป็น เรื่องราวเกี่ยวกับความงาม ที่เกิดจากสภาพจริง การแสวงหาความจริงที่เกี่ยวกับ ความเป็นตัวตน ความจริง ความดี ความมีคุณค่า ความแปลกใหม่ ความน่าทึ่ง และความงาม ที่ได้จากประสบการณ์ อาจเป็นวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และสิ่งที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยมีการตัดสินระดับความมีสุนทรียศาสตร์จากการรับรู้ที่เป็นไปตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น สุนทรียเป็นเรื่องของการแสวงหาความจริง ความงาม หรือภูมิปัญญา ทั้งหมดเป็นหัวใจของการพัฒนาสุนทรียภาพของบุคคล

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

ความหมายของสุนทรียศาสตร์ (Authenticity) ในดิคชันนารีของ Webster คำว่า สุนทรียะ หมายถึง **ความเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นหรือ สิ่งที่เรียกให้เป็น จริง ๆ หรืออย่างแท้จริง** อีกอย่างหนึ่งในสาขาสังคมศาสตร์ กล่าวไว้ว่า การค้นหาสุนทรียศาสตร์ก็คือการ ค้นหาสิ่งที่ไม่ได้ปล้นมา สิ่งดั้งเดิม และสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริง (Mcintosh and Prentice, 1999)

สุนทรียศาสตร์สามารถที่จะให้คำจำกัดความซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของมันเอง อีริคสัน (1995) ให้แนวความคิดเอาไว้ว่า **ความเป็นสุนทรียศาสตร์ก็คือจะต้องมีสิ่งทั้งหมดตามกฎหมายที่มันมีอยู่ในตัวมันเอง** การให้แนวคิดที่แตกต่างกันแบบนี้ เป็นการเรียงลำดับสุนทรียศาสตร์ด้านใจความสำคัญที่จะมาท่องเที่ยว กับสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว คำจำกัดความเกี่ยวกับแนวคิดที่แตกต่างกันทำให้เกิดเป็นข้อยุ่งยากที่จะจัดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

สุนทรียศาสตร์ โดยเนื้อหาของคำและแนวคิด ได้มีการนำมาใช้หลายศตวรรษแล้ว (Erickson, 1995) อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้มีการศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์จนกระทั่งเกิดข้อยุ่งเมื่อครั้งศตวรรษที่ผ่านมา ข้อโต้แย้งกันเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามความรู้สึกของการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์อาจเริ่มจากกฎหมายในเมืองเวนิส ในปี 1964 (Starn, 2002) ถึงแม้ว่าการตื่นตัวทางด้านการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ได้เริ่มเกิดขึ้นในยุโรปในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 ก็ตาม สุนทรียศาสตร์ก็ยังไม่มีความชัดเจนทางด้านคำสำคัญแต่อย่างใด (Starn, 2002) Starn (2002) อภิปรายแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ซึ่งกฎหมายแห่งเมืองเวนิสได้ประกาศใช้ ซึ่งแสดงเอาไว้ว่ามรดกตกทอดทางวัฒนธรรมควรที่จะมีการอนุรักษ์ อนุสาวรีย์โบราณคือมรดกทั่วไป และเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องดูแลความมั่งคั่งที่มีอยู่ของสุนทรียศาสตร์ ถ้อยคำอันนี้แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับวิธีการสร้างแนวคิดสุนทรียศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น แนวคิดสุนทรียศาสตร์เกิดจากสิ่งที่เป็น วัตถุ

สุนทรียศาสตร์ที่เป็นวัตถุ เมื่อประชาชนเริ่มที่จะนึกถึงเรื่อง สุนทรียศาสตร์ โดยปกติพวกเขาจะนึกถึงจากสิ่งที่เป็นวัตถุ ซึ่งมีอยู่ในช่วงยุคอื่นๆ และโดยเนื้อหาแล้ว วัตถุก็คือสุนทรียะเพราะถือว่าเป็นพิพิธภัณฑสถานและทุกคนก็กล่าวกันว่า มันเป็นเรื่องที่เป็นจริง หรือข้อเท็จจริงโดยทั่วไปแล้ว นักชาติพันธุ์วิทยาและนักวิทยาศาสตร์ที่ทำวิจัยอื่นๆ มีมาตรการที่เคร่งครัดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ด้านเนื้อหามากกว่าสาธารณชนทั่วไป (Ehrentraut, 1993; Cohen, 1988; Bruner, 1989) แนวความคิดนี้เริ่มจากการนำเนื้อหาด้านสุนทรียศาสตร์มารวมกัน หรือ วิธีผนวกเนื้อหาเข้าด้วยกัน สุนทรียศาสตร์ด้านวัตถุจึงเกี่ยวข้องกับการใช้สุนทรียศาสตร์ดั้งเดิมเชื่อมโยงพิพิธภัณฑสถานซึ่งมักจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจเป้าหมายในการท่องเที่ยว (Wang, 1999) มีการเข้าใจว่า สิ่งที่เป็นวัตถุคือสุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง

MacCannell (1973) ได้กำหนดกรอบแนวคิดในช่วงยุคต้นๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของสุนทรียศาสตร์และความสำคัญของมันระหว่างนักท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้นว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนสามารถที่จะพบหรือได้รับสุนทรียภาพ แนวคิดที่สำคัญก็คือว่า ข้อเท็จจริงและสุนทรียภาพพบได้ทุกที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่รอบนอก (MacCannell, 1999) ชาวยุโรป

หลายคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า สุนทรียศาสตร์พบได้เพียงการท่องเที่ยวเท่านั้น นอกเหนือจากขอบเขตที่ไม่ใช่สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง (Silver, 1993) นี่หมายความว่า สิ่งที่แท้จริงก็คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวพบในช่วงประเพณีและช่วงยุคประวัติศาสตร์อื่นๆ

ยิ่งไปกว่านั้น MacCannell (อ้างถึงงานของ Goffman (1959)) เรียกร้องว่า ควรจัดแบ่งนักท่องเที่ยวทั้งหมดออกเป็นนักท่องเที่ยวด้านหน้าหรือด้านหลัง วิทยานิพนธ์ของ Goffman ให้ข้อสังเกตเอาไว้ว่า สิ่งที่ใช้ชีวิตรหลายอย่างมักจะทำให้เกิดความประทับใจ (Goffman, 1959) อีกอย่างหนึ่ง สถานที่หรือบุคคลก็คือแหล่งที่แสดงความรู้สึก ประชาชนหรือสิ่งที่ใช้แสดงจะเป็นเครื่องแสดงออกและเปิดเผยออกมาทั้งในเขตด้านหน้าและด้านหลัง เขตที่อยู่ต่อหน้าคือสถานที่ที่มีศักยภาพสูง โดยปกติจะมีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ (Goffman, 1959) เขตที่อยู่ด้านหลังมีการจัดสิ่งต่างๆ เหล่านี้อยู่ (เฟอร์นิเจอร, การตกแต่ง, ภาพภูมิประเทศ, ดึกประวัติศาสตร์) และคุณสมบัติของสิ่งที่ใช้แสดง สิ่งเหล่านี้มีทั้งอายุ เชื้อชาติ ยศ และรูปแบบการพูดและ Goffman ได้แบ่งออกเป็นสองอย่างคือ สิ่งปรากฏกับลักษณะ(1959) ตามความรู้สึกแล้ว สิ่งที่ใช้ชีวิตรมักจะมีบทบาทที่จะต้องตั้งไว้ด้านหน้า เพื่อให้ผู้ชมมองเห็นภาพและประวัติศาสตร์ ตามที่พวกเขาต้องการให้ประชาชนเห็นและเข้าใจ ตามแนวคิดของ Goffman และ MacCannell พื้นที่ด้านหน้าควรจัดให้มีสุนทรียะน้อยกว่าพื้นที่ด้านหลัง

นักท่องเที่ยวมักจะพยายามที่จะเข้าไปในพื้นที่เขตด้านหลังเพราะว่าพื้นที่เขตด้านหลังจะเกี่ยวข้องกับสถานที่และสุนทรียศาสตร์ (MacCannell, 1973) พื้นที่ด้านหลังเป็นสถานที่ที่จะต้องสร้างให้เกิดมีศักยภาพเชื่อมต่อกับพื้นที่ด้านหน้าซึ่งจะต้องมีความเชื่อมโยงกับระยะเวลาของแต่ละสิ่งที่ใช้แสดง (Goffman, 1959) นี่คือนโยบายที่จะต้องมีการวางแผนเพื่อให้เกิดเป็นศักยภาพของพื้นที่ด้านหน้า และบางสิ่งที่อยู่ด้านหน้าจะต้องแสดงให้เห็นเด่นชัดในเขตด้านหลัง แต่บางอย่างก็ไม่จำเป็นต้องแสดงให้เห็นในเขตด้านหลัง สิ่งที่ใช้แสดงต้องให้ซ่อนตัวอยู่ในเขตนี้ ทำให้เด่นเพื่อคลายเครียด แล้วตั้งแสดงไว้ด้านหน้า (Goffman, 1959) พื้นที่ด้านหลังตั้งไว้ในลักษณะเดียวกันเหมือนที่ตั้งในเขตด้านหน้า แต่จะต้องแบ่งแยกผู้ชมออกไป

เขตที่แบ่งเป็นส่วนหน้าและส่วนหลังทำให้พบเห็นความเป็นสังคมอย่างชัดเจน ทั้งสองเขตทำให้มองเห็นภาพการเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน Goffman ยกตัวอย่างเอาไว้ว่า เหมือนกับห้องครัวในโรงแรมและห้องรับประทานอาหาร กว้างยาวหนึ่งหลาทั้งด้านหน้าและด้านหลัง มีห้องส่งวิทยุกระจายเสียงเป็นทั้งห้องแอร์และไม่ใช่แอร์ บางครั้งห้องในลักษณะนี้ทั้งหมดอาจจัดเข้าไปไว้ในเขตพื้นที่ด้านหลังก็ได้ (Goffman, 1959) ตัวอย่างของการจัดในลักษณะนี้ก็คือ สวนสาธารณะซึ่งจะต้องเปิดให้บริการในทุกๆ วัน และจะต้องจัดเอาไว้ในพื้นที่ด้านหลัง หลังจากที่ได้เลิกงานแล้ว การ

บูรณะซ่อมแซม การก่อสร้างและการตัดหญ้าจะต้องทำหลังจากที่เลิกงานและจะต้องทำไม่ให้นักท่องเที่ยวเห็น

MacCannell เสนอแนวคิดดั้งเดิมเอาไว้ว่า เขตพื้นที่ด้านหลังเป็นเขตที่มีผู้ชมมากกว่าด้านหน้า ในการศึกษาครั้งนี้ ในคำว่า ACHNHP สิ่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้าและด้านหลังดูเหมือนจะไม่จำกัดเหมือนกับแนวคิดดั้งเดิมของ MacCannell และ Goffman ดูเหมือนว่า ในสวนสาธารณะประวัติศาสตร์เช่น ACHNHP การจัดตั้ง การนำเสนอ นิทรรศการ และการบรรยาย (ชีวิตการเป็นในประวัติศาสตร์) ถือว่า ต้องอยู่ด้านหน้า ซึ่งดูเหมือนว่า จะเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือจริงมากกว่าด้านหลัง

แนวคิดสุนทรียศาสตร์ในช่วงยุคต้นๆ ก็คล้ายกับ MacCannell ซึ่งมีแนวคิดที่นักท่องเที่ยวคล้ายกับว่าจะเป็นผู้ที่มีความอดทน อีกอย่างหนึ่ง นักท่องเที่ยวไม่ต้องการให้มีการจ้างงานเพื่อสร้างให้เกิดเป็นสุนทรียศาสตร์ แท้จริงแล้ว ผู้ที่มีเวลาว่าง เช่น ผู้จัดการสวนสาธารณะสามารถที่จะจัดหาสิ่งที่สุนทรียศาสตร์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้โดยการจัดการบูรณะพื้นที่ใหม่และจัดหาป้ายอธิบายความหมายต่างๆ ที่สวยงามและให้ความงามในตัวเองแสดงออกมา

ตัวอย่างพื้นที่ด้านหน้าที่ดีจะแสดงให้เห็นถึงการจัดตั้งทางประวัติศาสตร์ในเรื่องราวการเป็นอยู่ที่เป็นประวัติศาสตร์ ทุกวันนี้ นักท่องเที่ยวหลายคนรวมทั้ง ผู้มาเยี่ยมชมสวนสาธารณะทางประวัติศาสตร์หลายคนก็ต้องการที่จะใช้เวลาว่างของตนเพื่อมาเยี่ยมชมคุณค่าที่ผลิตผลิต วิธีหนึ่งซึ่งสถานที่ทางประวัติศาสตร์จะเข้าหาดีมานด์ได้ก็คือ การพรรณนาถึงการเป็นอยู่ในประวัติศาสตร์ การเป็นอยู่ในประวัติศาสตร์ก็คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงซึ่งแสดงให้เห็นถึงระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ที่เป็นจริง ทำให้ผู้มาเยี่ยมชมมองเห็นภาพสุนทรียในอดีตได้ ซึ่งมักจะเป็นบ้านเชิงประวัติศาสตร์ หรือการจัดตั้งเกี่ยวกับภาพภูมิหลังเพื่อให้เห็นภาพในอดีต มีการสร้างให้เห็นภาพในอดีตเหล่านี้เพื่อเข้าถึงดีมานด์ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะมีแนวโน้มที่จะร่วมสร้างสุนทรียศาสตร์ด้วย ตามที่ได้อธิบายไว้ในช่วงแรก มีข้อที่สังเกตเห็นแบบกว้างๆ เอาไว้ว่า มีการพบเห็นภาพที่เป็นสุนทรียศาสตร์ในวัฒนธรรมและยุคอื่นๆ นอกจากนี้ ก็สามารถที่จะเห็นภาพในการจัดการสถานที่ของผู้จัดการสวนสาธารณะได้เพื่อสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการมาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนและทำให้พวกเขากลับมาเยี่ยมชมเรื่อยๆ อีกอย่างหนึ่ง ถ้าศักยภาพของการเป็นอยู่ทางประวัติศาสตร์ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวใกล้ชิดกับอดีตแล้วนักท่องเที่ยวก็น่าจะสามารถที่จะแย้งได้ว่า การเป็นอยู่ทางประวัติศาสตร์มีส่วนช่วยให้เกิดสุนทรียศาสตร์ได้

ผู้วิจัยไม่เคยประเมินค่าแขกผู้มาเยือนต่ำเกี่ยวกับการเสนอแนวคิดด้านสุนทรียศาสตร์ หรือความต้องการที่จะเข้าชมสิ่งของโบราณที่เต็มไปด้วยสุนทรียศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาสังคมดั้งเดิมจะพบได้ในทุกที่หรือการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์ท้องถิ่นก็พบได้ในทุกที่หรือไม่ก็ตาม

นักท่องเที่ยวก็นำแนวโน้มที่จะเปลี่ยนสิ่งที่ตนพบเห็นไปเป็นภาพลักษณ์และวัตถุต่างๆ ของที่ระลึก อาชีพต่างๆ และรูปภาพเป็นตัวอย่างของวัตถุที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเปลี่ยนที่ได้พบเห็นของตนเอง นี่คือนิยามของการพบเห็นสิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ (Littrell, Anderson, and Brown 1993) ด้วยเหตุนี้เอง วัตถุถือว่าเป็นความหมาย สิ่งต่างๆ เช่น รูปภาพ อาชีพ และสิ่งของที่ระลึก เป็นตัวแสดงออกและโอบอุ้มการได้พบเห็นไปเป็นภาพลักษณ์ลักษณะและวัตถุ (Bruner, 1989)

สุนทรียศาสตร์เชิงสิ่งก่อสร้าง สุนทรียศาสตร์เชิงวัตถุมีวิธีคิดที่จะให้นักวิจัยได้ใช้ในปัจจุบัน แท้จริงแล้ว นักวิทยาศาสตร์หลายคนเสนอความเห็นไว้ว่า ไม่มีแนวคิดดั้งเดิมกำหนดเอาไว้ ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์กล่าวคือ สังคมไม่เคยมีการสร้างแนวคิดนี้ขึ้นในช่วงยุคต่างๆ หรือไม่เคยมีอยู่ในสถานที่ใดเลย แต่เหตุผลแนวความคิดอันนี้ ผู้ศึกษาเรื่องนี้และผู้ศึกษาคนอื่น ๆ ก็ใช้คำว่า สุนทรียศาสตร์เชิงสิ่งก่อสร้าง ตามตัวอย่างการสร้างสุนทรียศาสตร์ เช่น Disney World ที่พบเห็นในปัจจุบันเป็นอุทยานด้านศิลปะเพื่อความเพลิดเพลิน และคำว่า สุนทรียะ และ Disney ไม่น่าที่จะใช้ในความหมายร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ตลอดเวลาที่ผ่านมา Disney World ควรที่จะใช้สถานที่ของชาวอเมริกันที่เป็นสุนทรียะมาเป็นสิ่งก่อสร้างทางวัฒนธรรมด้วยตัวมันเอง (Salamone, 1997) ตามแนวคิดของนักวิจัยหลายคน การสร้างสุนทรียศาสตร์เชิงแนวคิดหมายความว่า แนวคิดทำให้เกิดการสร้างสังคม (Wang, 1999) วัตถุหรือการสร้างให้เกิดสุนทรียะไม่ใช่เป็นเพราะแก่นแท้ของวัตถุหรือเนื้อแท้ของมัน แต่เป็นเพราะมันถูกสร้างขึ้นมาจากแนวคิดหรือตามความเชื่อทางวัฒนธรรม โดยทั่วไปแล้ววัฒนธรรมก็คือการสร้างตัวมันเองขึ้น และ การทำโฆษณาโดยสร้างให้เป็นมรดกตกทอดเหมือนกับเป็นสุนทรียะก็เป็นตัวอย่างของการสร้างสุนทรียศาสตร์

Waitt (2000) ทำวิจัยเรื่อง The Rocks ในเมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นสถานที่ที่ได้มีการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชาวออสเตรเลีย Waitt มีข้อเสนอว่า การจัดตั้งเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเป็นเหมือนกับว่า มีการพัฒนาเพื่อการนำเสนอ ไม่ใช่เป็นการแสดงออกทางสุนทรียศาสตร์ของสิ่งที่เป็นอดีตของประเทศออสเตรเลีย แต่ก็ยังเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งที่เป็นไปได้ในหลายๆ รูปแบบเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอในสิ่งที่ไม่มีความสำคัญกลับทำให้เกิดเป็นคุณค่าที่พบเห็นได้ สามารถสร้างเป็นตัวเงินและรายได้เข้าสู่ประเทศ ในลักษณะเช่นนี้ The Rocks จึงถูกเสนอให้แนวคิดว่าจะเป็นการสร้างสุนทรียศาสตร์ แต่จะต้องอธิบายว่า เป็นสุนทรียศาสตร์เชิงสิ่งก่อสร้าง

แนวคิดเชิงสิ่งก่อสร้างเสนอเอาไว้ว่า ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์มักจะผูกติดอยู่กับอดีตที่ล่วงเลยมาแล้ว และการประเมินมูลค่าทางวัฒนธรรมโดยไม่มีการพยายามที่จะทำให้มองเห็นถึง

เนื้อหาของสิ่งที่ใช้โชว์ ดังที่ได้อธิบายไว้โดยย่อในบทนำ Salamone (1997) ได้สรุปเนื้อหาเอาไว้ว่า การนำเสนอหรือการเน้นสถานที่ที่เป็นสุนทรียศาสตร์สามารถที่จะให้เข้าถึงระดับสุนทรียศาสตร์ได้ เขาได้ศึกษาลักษณะของโรงแรม Mexican San Angel Inn ที่มีความแตกต่างกันอยู่สองด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งเป็นโรงแรมดั้งเดิมของชาวเม็กซิโก และอีกด้านหนึ่งเป็นลักษณะที่เหมือนกับ Walt Disney World โดยที่ Salamone เชื่อว่า โรงแรมของชาวเม็กซิโกซึ่งมีวัฒนธรรมที่จริงของชาวเม็กซิโกเจริญงอกงามนั้น น่าจะให้ความรู้สึกที่เป็น สุนทรียศาสตร์อย่างแท้จริง ในขณะที่ โรงแรม Disney ดูเหมือนจะให้ความรู้สึกที่เป็น สุนทรียศาสตร์น้อยมาก อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ Salamone พบเห็นก็คือว่า แต่ละโรงแรมให้บริการโดยอิงกับสังคมวัฒนธรรมของตน กล่าวคือ โรงแรมเม็กซิโกเป็นลักษณะสุนทรียศาสตร์และเป็นข้อเท็จจริงของชาวเม็กซิโกเมื่อได้ไปที่นั่น โรงแรม Disney World เป็นโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ น่าเคารพสำหรับนักท่องเที่ยวและถือว่าเป็น สุนทรียศาสตร์ในทัศนคติของลูกค้ำ (Salamone, 1997)

วัฒนธรรมที่เป็นโลกาภิวัตน์ของโลกปัจจุบันอาจมีบทบาททำให้ Salamone ต้องค้นหาความจริงแล้ว กระแสต่างๆ เช่น โลกาภิวัตน์ ควรพิจารณาในช่วงที่พยายามที่จะกำหนดให้บางสิ่งบางอย่างเป็นสุนทรียศาสตร์ (Hunghe, 1995)

สุนทรียศาสตร์เชิงเนื้อหาของวัตถุ แนวคิดอีกอย่างหนึ่งที่นักวิจัยหลายคนได้ให้เอาไว้เกี่ยวกับความหมายของสุนทรียศาสตร์ก็คือ สุนทรียศาสตร์เชิงเนื้อหาของวัตถุ หรือ สุนทรียศาสตร์ที่เกิดจากตัววัตถุเอง แนวคิดนี้เสนอเอาไว้ว่า ไม่เคยมีสิ่งใดที่เป็นสุนทรียศาสตร์โดยเนื้อหาของมัน กล่าวคือ สุนทรียศาสตร์ถือว่าเป็นสิ่งที่อยู่ภายในใจของผู้มาเยี่ยมชมและทำการสังเกต แนวคิดอันนี้เปรียบเทียบกับแนวคิดเชิงวัตถุและแนวคิดเชิงก่อสร้าง ในกรณีนี้ สุนทรียศาสตร์คือบางสิ่งบางอย่างที่รู้สึกได้ บางสิ่งที่ค้นไม่พบหรือที่มีอยู่นอกเหนือจากที่นั่นซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับ เป็นแนวคิดที่แตกต่างจากแนวคิดเชิงก่อสร้างซึ่งก็เกี่ยวข้องเฉพาะแนวคิดเชิงเนื้อหาของแต่ละบุคคล และไม่นับรวมถึงวัฒนธรรมหรือกระแสเชิงก่อสร้าง โดยส่วนใหญ่แล้ว บุคคลจะรู้สึกถึงสุนทรียศาสตร์และสุนทรียศาสตร์ก็ไม่ใช่สิ่งที่จะต้องทิ้งขว้าง

Wang (1999) ได้เสนอแนวคิดเอาไว้ว่า ผู้มาเยี่ยมชมหลายคนอาจจะค้นหา วัตถุที่เป็น สุนทรียศาสตร์ ไม่ใช่สถานที่ที่เป็นสุนทรียศาสตร์ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบเที่ยวชมสิ่งเหล่านี้จะบอกว่า วัตถุภายนอกของมันไม่ใช่ตัวสุนทรียศาสตร์ นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไม่ค่อยเที่ยวชมวัตถุภายนอก วัตถุประสงค์ที่ต้องการเที่ยวชมและรูปแบบการเที่ยวชมก็จะต้องได้รับความรู้สึกที่เป็น สุนทรียศาสตร์จากวัตถุ ตัวอย่างเช่น การได้รับการบริโภคอาหารที่ McDonald

Chery Hargrove กล่าวถึงความหมายของ “สุนทรียศาสตร์” ในบทความเรื่อง สุนทรียศาสตร์ในการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม ว่า พจนานุกรมของเว็บสเตอร์ให้คำจำกัดความของสุนทรียศาสตร์ (Authenticity) ว่า “เป็นในสิ่งที่อ้างอิงอย่างแท้จริง” สำหรับการมีส่วนร่วมในการจัดการทางประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม ในการศึกษาการมรดกทางวัฒนธรรมที่ทำโดยศูนย์เพื่อการวิจัยและการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยฟลอริดา ที่รวมเอาข้อมูลเกี่ยวกับผู้มาเยี่ยมชมให้คำจำกัดความและคุณค่าของ authenticity โดยผู้มาเยี่ยมชมจะถูกถามเกี่ยวกับความสำคัญของประสบการณ์เชิงมรดกทางวัฒนธรรม พบว่ามากกว่าร้อยละ 95 ของผู้มาเยี่ยมชมพูดว่า “ค่อนข้าง” ไปจนถึง “สำคัญมาก”

สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว(Authenticity) จะมุ่งเน้นด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากสังคมอื่นๆที่ไม่ใช่สังคมตะวันตก ที่โดยทั่วไปเป็นสิ่งที่ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่มีต่อความงามที่น่าเชื่อถือ การติดตามสิ่งแปลกๆที่น่าสนใจและสิ่งอื่นๆ ได้กลายเป็นเงื่อนไขของการค้นหาอย่างหนึ่งสำหรับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวโดยแม็คแคลนอล(ในปี 2516) เมื่อเปรียบเทียบกับกรท่องเที่ยว เงื่อนไขดังกล่าวได้ถูกให้ความหมายอย่างกว้างๆในทางที่ไม่สู้ดีนักอยู่ 2ประการคือ

ประการที่หนึ่ง นักท่องเที่ยวบางคนที่จะได้รับแนวทางที่จะเข้าไปสู่ความงามที่น่าเชื่อถือจากสิ่งที่เห็นอยู่จริง(ความมีสุนทรียศาสตร์) ที่เป็นประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมในเชิงการค้า โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมาย

ประการที่สอง การท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณี “ที่แท้จริง” โดยวิธีการ เปลี่ยนสิ่งเหล่านี้ให้กลายเป็นการซื้อขายล่วงหน้า อย่างที่ ฮัทคอร์ ได้แสดงให้เห็นในการท่องเที่ยวของบาห์ลีที่ว่า ผู้คนในท้องถิ่นไม่มีความจำเป็นที่จะต้องยึดแนวทางของการเปลี่ยนแปลงต่างๆเพื่อทำให้สอดคล้องต่อการท่องเที่ยว และมีผลกระทบต่องานวิถีทางในการดำรงชีวิตของพวกเขาในทางที่ก่อให้เกิดการเสียชื่อเสียงทางวัฒนธรรมของพวกเขาด้วย และดูเหมือนว่าชาวบาห์ลีไม่ต้องอ้างว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สร้างความร่ำรวยให้กับวัฒนธรรมของพวกเขา ในทางกลับกัน พวกเขาควรที่จะชี้หรือแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนที่มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในหมู่บ้านของพวกเขา และในขณะเดียวกันก็จะทำให้พวกเขามีโอกาสในการฝึกฝนเพื่อแสดงออกทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของพวกเขาได้ด้วยเช่นกัน บ่อยครั้งที่การท่องเที่ยวได้มีส่วนในการจัดตั้งและให้โอกาสต่อประชาชนในการพิจารณาบทวนเพื่อแยกแยะคุณสมบัติเฉพาะของพวกเขาว่าเป็นเช่นไร และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับส่วนที่เหลือของโลกอย่างไร อย่างที่ โดเฮน (2531) ได้โต้แย้งว่า “ ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นโครงสร้าง

ของสังคม แนวความคิด และความหมายทางสังคมของตัวมันเอง” ดังนั้น มันจึงมิใช่การให้ แต่เป็นการต่อรอง ตัวอย่างที่น่าฟังหลายชิ้นตอนที่เป็นคำจำกัดความของการต่อรองเหล่านี้ถ้าจัดให้มีขึ้นโดย ซิลเลอร์แมน และทิมเมอร์ ซิลเลอร์แมน แสดงให้เห็นว่า รูปแบบที่หลากหลายของงานด้านศิลปะที่ผลิตสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชาวปากัวนิวกินีในหมู่บ้านไอเอทมูล ตะวันออกของแทมบูนัม ยืนยันถึงความสามารถของผู้คนในท้องถิ่นในการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นข้อความในการขยายความ ที่ใช้เป็นตัวแทนและแม้กระทั่งเป็นรูปแบบของนวนิยายที่ถูกเสริมสร้างขึ้นมาจากประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทิมเมอร์โต้แย้งว่า ชาวสุลีแสดงให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของพวกเขาด้วยการประดับประดาร่างกาย ที่เกิดจากการกระตุ้นจิตตคติที่กระจายออกไปทั่วโลกด้วยตัวของมันเอง ในความพยายามที่จะติดตามวัตถุประสงค์ในการกำหนดความแน่นอนด้วยตัวเอง ความจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวเอาศิลปะบนร่างกายของชาวสุลีเป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่า คนเหล่านี้ยังไม่ได้ได้รับความเสื่อมเสียในสุนทรียภาพแห่งความน่าเชื่อถือที่ทำให้ผมปลอมของชาวสุลีเป็นแบบอย่างของสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

Amareswar Galla.(1955) กล่าวถึงความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวไว้ว่า ในการประชุมเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ที่เมืองนารา เป็นสัญลักษณ์และเป็นการจัดในเวลาที่เหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากการสนทนาเกี่ยวกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นหัวใจของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนี้เป็นอย่างยิ่ง การประชุมนี้เป็นสัญลักษณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันในสังคม

ในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการสงวนรักษา การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและการจัดการกับแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริหารของวิวัฒนาการและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องกับบริบททางวัฒนธรรมของชุมชน และให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวว่า บริบทของสุนทรียศาสตร์ของมรดกทางวัฒนธรรมสามารถเป็นการศึกษาในช่วงเวลาหนึ่ง ได้กล่าวถึงโครงการที่กำหนดให้ในช่วงเวลาในประวัติศาสตร์หรือในปัจจุบัน โดยกล่าวถึงกระบวนการทางประวัติศาสตร์และกระบวนการที่ยังดำเนินอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และได้เสนอวิธีการในการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ 3 วิธีคือ

วิธีการแรก สำหรับวางพื้นฐานในการพัฒนาวัฒนธรรมของชุมชนนั้น จะเป็นการบอกให้ทราบโดยหลาย ๆ เสียงที่เชื่อมต่อกันของมรดกทางวัฒนธรรม โดยศูนย์วัฒนธรรมจะเป็นที่เก็บรักษา เช่น พิพิธภัณฑ์ของชุมชน ศูนย์การศึกษาที่จะมีคนหลาย ๆ รุ่นแตกต่างกันมารวมกัน

นอกจากนั้นศูนย์วัฒนธรรมยังเป็นกลไกสำหรับการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและมุ่งความสนใจไปที่กิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน

วิธีการที่สอง เป็นการผลักดันโดยหลักการเข้าถึงและความเสมอภาค สิ่งเหล่านี้นำไปใช้กับภาครัฐทั้งหมด ซึ่งวิธีการที่เป็นระบบนี้จะเกี่ยวข้องกับปัญหาข้ามวัฒนธรรมการทำหายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดคือการข้ามเหวลิกระหว่างศิลปะการใช้ถ้อยคำและความเป็นจริงของการเข้าถึงและความเสมอภาคและการเข้าถึงกระบวนการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม

วิธีการที่สาม เป็นวิธีการที่สำคัญมากที่สุดคือการแสวงหาการเปลี่ยนแปลง ที่มักจะถูกอ้างว่า กระแสที่เรียกนี้เป็นวัฒนธรรมของการปฏิบัติของสาธารณชน การเปลี่ยนแปลงในที่นี้เป็นการผลักดันโดยการกระทำทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ โดยกล่าวอย่างสั้น ๆ ว่า โครงสร้างและพื้นฐานสำหรับการพิจารณาสุนทรียศาสตร์ต้องการความหลากหลาย เพื่อสะท้อนการปฏิบัติงานทางด้านวัฒนธรรมให้มีความหลากหลาย

Erik cohen.(2002 : 267-272) กล่าวถึงความสำคัญของสุนทรียศาสตร์ ความเสมอภาค และความยั่งยืนในการท่องเที่ยว ระบุว่า ปัญหา “ความยั่งยืน” (Sustainability) กลายเป็นแนวคิดนำในการศึกษาการพัฒนา แนวคิดนี้ได้นำเข้ามาสู่การปฏิบัติการท่องเที่ยวและการวิจัยอย่างรวดเร็วและกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการศึกษาเป็นพิเศษเป็นระยะ เมื่อ Sharpley (2000) ตั้งข้อสังเกตว่า “แนวคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนกลายเป็นการมุ่งเน้นที่การเพิ่มความสนใจในระหว่างนักทฤษฎีการท่องเที่ยวและปฏิบัติและมีการยอมรับอย่างกว้างขวางและเป็นวัตถุประสงค์ของนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวและการปฏิบัติ” จุดมุ่งหมายของความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเพื่อแนะนำและการส่งเสริมแนวคิดในการวิจัยและการปฏิบัติ เพื่อช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์และความยั่งยืน ระบุว่า

การบรรยายในเรื่อง สังคมศาสตร์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2 ด้านคือ การบรรยายด้านหนึ่งเกี่ยวข้องกับการค้นหาสุนทรียศาสตร์ในประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนการบรรยายอีกด้านหนึ่งเป็นความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว ความน่าสนใจและการดึงดูดความสนใจ

ความยั่งยืนในการท่องเที่ยวจากการศึกษาของ Hunter (1997) ที่คิดว่าเป็นกระบวนการทัศน์ภายในที่มีวิถีทางการพัฒนาที่แตกต่างกันหลาย ๆ วิธีที่อาจทำให้ถูกต้องตามกฎหมายตามโอกาสต่าง ๆ Hunter ได้สรุปส่วนสำคัญของวิธีการต่าง ๆ สำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เรียงลำดับจากอ่อนมากไปจนถึงเข้มงวด โดยมุ่งเน้นที่การพิจารณาความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและบรรยายละเอียดของโอกาสภายใต้แต่ละวิธีการที่ปรากฏว่าเหมาะสมที่สุด

สำหรับการบรรยายทางสังคมวิทยาเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ เริ่มต้นโดย Dean MacCannell (1973, 1966) ภายในโครงงานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและความทันสมัยและตามการศึกษาของ Hunter กล่าวว่า“การท่องเที่ยวจะขัดขวางทางนิเวศวิทยา (หรือวัฒนธรรม)” และจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดมากที่สุดสำหรับการแสวงหาที่ท่องเที่ยวสมัยใหม่ของ

จุดสำคัญที่ต้องบันทึกคือ บริเวณที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นที่มีค่าไม่เพียงแต่ในด้านนิเวศวิทยาหรือทางวัฒนธรรม แต่ยังเป็นในด้านเศรษฐกิจด้วยดังการพัฒนาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นในการพิจารณาความยั่งยืนและการพัฒนาจะขัดแย้งกันอย่างมากในพื้นที่ที่อ่อนไหวและมีคุณค่านั้น ๆ เช่นความพยายามที่จะเปิดบริเวณแม่น้ำโขงตอนบนเพื่อขยายการท่องเที่ยวออกไป (Cohen, 2001)ซึ่งเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวในบริเวณนั้นพบกับสถานการณ์ลำบาก เช่น บริเวณนั้นถูกคุกคามโดยสิ่งอื่นนอกเหนือจากความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือเสื่อมถอยลงจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การใช้ที่ดินที่ผิด ๆ ความชำรุดทรุดโทรม หรือการปล่อยปละละเลย ดังนั้นการสงวนรักษา การทะนุบำรุงหรือการฟื้นฟูบริเวณนั้นอาจขึ้นอยู่กับมูลค่าทางเศรษฐกิจของการดึงดูดใจของการท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยสำคัญสำหรับความยั่งยืนอาจเป็นที่จำนวนของผู้มาเยี่ยมชมเยียน การแก้ปัญหาสำหรับสถานการณ์ที่ลำบากนี้คือ การเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อจำกัดจำนวนของผู้มาเยี่ยมชมเยียน อาจทำโดยเจ้าหน้าที่โดยผ่านขั้นตอนการบริหารหรือการสร้างนักท่องเที่ยวโดยวิธี “การแบ่งแยกราคา” “การเก็บค่าธรรมเนียมในราคาที่สูง” ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มั่งคั่งมากกว่ารวยที่สุด ที่ได้รับสิทธิพิเศษมากที่สุดจะสามารถจ่ายให้ในการไปเยี่ยมชมเยียนสถานที่เหล่านี้

ในงานของ McConnell สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) นี้ยังเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่ยังคงคลุมเครือ McConnell สันนิษฐานว่านักท่องเที่ยวหวังที่จะมีประสบการณ์กับลักษณะที่เชื่อถือได้กับสถานที่ วัตถุหรือเหตุการณ์ที่เป็นของแท้ McConnell ให้ความสนใจในความผิดหวังของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ต่อมาในการศึกษาของ Wang (2000) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่” เป็น “สภาพของการเป็นอยู่ที่แต่ละคนเป็นอยู่จริง” ตามการศึกษาของ Wang แล้วสภาพเช่นนี้ประกอบด้วยความรู้สึกส่วนตัวหรือความรู้สึกระหว่างบุคคลที่ถูกกระตุ้นโดยกระบวนการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ไม่จำเป็นที่จะถูกกระตุ้นโดยสถานที่ วัตถุ หรือเหตุการณ์

Gloria Lara Hasemann(Gloria Lara Hasemann .1996 : [http:// www.icomos.org/26 / 8 / 2549](http://www.icomos.org/26/8/2549)) ได้แสดงความคิดเห็นในบทความเรื่อง AUTHENTICITY : WHY AND FOR

WHOM ? ไว้ว่า สุนทรียศาสตร์ (Autenticity) ในดิคชันนารีของ Royal Spanish Academy หมายความว่า การทำให้เกิดมีคุณลักษณะของข้อเท็จจริงทั้งดงามอย่างน่าเชื่อถือ บางครั้ง สุนทรียศาสตร์ก็คือ **สิ่งที่ควรระลึกถึงว่าเป็นเหตุการณ์และข้อเท็จจริงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ความต้องการหรือการมีอยู่ตามสภาพของสิ่งแวดล้อม** (1956: 146) โดยข้อเท็จจริงแล้ว คำจำกัดความของคำว่า สุนทรียศาสตร์ ซึ่งให้ไว้ในแนวทางของยูเนสโกในปี 1972 ว่า ลักษณะและประเภทของสุนทรียศาสตร์ คือ การออกแบบ วัตถุศิลปะ การมีฝีมือ เช่นเดียวกันกับ สภาพแวดล้อม ซึ่งก็รวมอยู่ด้วยกันกับข้อกำหนดของสิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ซึ่งไม่ได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ว่าจะมาจากรูปแบบและโครงสร้างดั้งเดิม แต่ก็นับรวมอยู่ในการเปลี่ยนแปลงในภายหลังตลอดเวลา (WHC.95/W5.1:16)

อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง สุนทรียศาสตร์ ก็มีความหมายสมบูรณ์แบบเพียงแค่ว่าการรวมแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงแม้จะดูเหมือนว่าแนวคิดทั้งสองอย่างเหล่านี้จะเป็นแนวคิดอันเดียวกันและหรือถึงแม้ว่าจะเป็นแนวคิดที่เหลื่อมล้ำกันตามความรู้สึกบางอย่างก็ทำให้แนวคิดของพวกเราเกิดเป็นความรู้สึกอยู่สองด้าน เมื่อมองดูในกรอบแนวคิดนี้ คุณสมบัติทางด้านวัฒนธรรมก็ถือว่าเป็นบรรทัดฐานอย่างหนึ่งของสุนทรียศาสตร์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำลายความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะทำให้เนื้อหาที่แท้จริงเปลี่ยนไปหรือเพราะว่าเป็นการทำลายเนื้อหาตามความเป็นจริงอีกอย่างหนึ่ง สุนทรียศาสตร์จะต้องทำให้คุณลักษณะดั้งเดิมของทรัพย์สิน (แบบ วัตถุ ฝีมือ) รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวในตัวของมันเอง กับสถานที่และช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าและความหมายของตัวเอง (ตัวอย่างเช่น ในส่วนของความซับซ้อนทางด้านสถาปัตยกรรมหรือภูมิประเทศที่เป็นประวัติศาสตร์) อีกประการหนึ่งหนึ่งแนวคิดในเรื่องของลักษณะที่เป็นเนื้อแท้ มักเน้นเทคโนโลยีการผลิต ในขณะที่แนวคิดประการที่สอง มักเน้นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ปฐมเหตุ

และกล่าวถึง ความมีสุนทรียศาสตร์ในนโยบายด้านการอนุรักษ์แห่งชาติ ไว้ว่า มีการสร้างคำประกาศแห่งเมืองนาราเอเอาไว้ว่า อาจดูเหมือนว่าไม่มีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์บทพจนานุกรมหลังของนโยบายการอนุรักษ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสองทศวรรษที่ผ่านมา นโยบายเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั่วไป ตามความเข้าใจแล้ว คำประกาศบางคำตามบรรทัดฐานของคิโด (1967) ทำให้เกิดนโยบายการอนุรักษ์ที่ต่อเนื่องขึ้นมาและอาจจะทำให้เกิดการได้รับการสนับสนุนขึ้นมาใหม่ด้วยการพัฒนาและออกพระราชบัญญัติเพื่อเสนอรัฐบาลกลางแห่งสหรัฐซึ่งเป็นต้นกำเนิดของกระทรวงวัฒนธรรมและการศึกษาของปวงชน

กฎหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ช่วยแก้ปัญหาความเข้าใจผิดได้ ซึ่งถ้าหากไม่มีความเข้าใจถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ คุณค่าสังคมแล้ว บุคคล หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกัน หรือบุคคลที่มีความรู้สึกรักชาติในทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไม่มีพื้นฐานอยู่บนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคมตั้งอยู่บนความสำคัญทางวัฒนธรรมของทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากประเพณีซึ่งมาจากยุคหนึ่งสู่ยุคหนึ่งก็ตาม จากประวัติศาสตร์หรือความรู้สึกทางสุนทรียศาสตร์ หรือเกิดขึ้นง่ายจากข้อเท็จจริงซึ่งยังคงรวมอยู่ในชีวิตประจำวันนั่นเอง

คนนอกมักจะไม่ได้เข้าใจถึงความสำคัญของวัฒนธรรมถึงแม้ว่าจะรู้จักก็ตาม นี่เป็นเพราะว่าความรู้สึกถึงความสำคัญทางวัฒนธรรมอาจแตกต่างกันไปจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง อีกอย่างหนึ่ง ผลตอบสนองซึ่งทรัพย์สินทางวัฒนธรรมทำให้ผู้สังเกตรู้สึกว่าไม่มีความหมายซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในขอบเขตทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันซึ่งมาจากหลาย ๆ ที่ จากสิ่งนี้เราสามารถที่จะผนวกได้ว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นแล้ว มีการผนวกขึ้นมาใหม่ เป็นมรดกตกทอดทางประวัติศาสตร์หรือผู้ใช้ที่เป็นถิ่นกำเนิด จึงเป็นไปได้ว่า นโยบายทางด้านการอนุรักษ์ซึ่งอุทิศต่อการอนุรักษ์ไว้ซึ่งมรดกที่เป็นสุนทรียศาสตร์ ไม่สามารถที่จะหยั่งไปสู่ความสนใจของชาวต่างประเทศได้ เพื่อที่จะสร้างให้เกิดมีความเสถียรภาพทางการเงินและการมีกำไร

การท่องเที่ยวสามารถที่จะช่วยให้ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งที่มีค่าในตัวเองและด้วยเหตุอันนี้เองก็ยังสามารถที่จะทำให้เกิดความมั่งคั่งต่อท้องถิ่นและสังคม อย่างไรก็ตาม ตามที่ทราบ ผลกระทบจากการมาเยี่ยมชมทรัพย์สินทางวัฒนธรรมอาจเป็นจุดให้เกิดอันตรายต่อทรัพย์สินและสิ่งแวดล้อมทางภูมิประเทศก็ได้หากไม่มีกำหนดกฎเกณฑ์เอาไว้

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

William Robert Harvey (William Robert Harvey) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง **สุนทรียศาสตร์และลักษณะการได้มาสัมผัสด้วยตนเองของผู้มาเยือน ณ หมู่บ้านประวัติศาสตร์** สรุปผลการวิจัยในบทคัดย่อไว้ว่า

การศึกษานี้ เป็นการสำรวจแนวความคิดด้านสุนทรียศาสตร์ ตามที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ Appomattox Court House บนพื้นฐานงานวิจัยทางทฤษฎีที่ผ่านมา คำจำกัดความของสุนทรียศาสตร์ถูกใช้เพื่อที่จะทดสอบว่า ผู้มาเยี่ยมชมอุทยานมาด้วยเหตุผลที่เกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์หรือไม่ มีการวิเคราะห์เพื่อที่จะกำหนดความสำคัญที่เกี่ยวข้องกันของสุนทรียศาสตร์กับเหตุผลที่เป็นสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ สำหรับการมาเยี่ยมชมอุทยาน วิเคราะห์ว่า ระดับสุนทรียศาสตร์ที่ได้มาสัมผัสที่ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นอย่างไร คำตอบมีผลต่อการจัดตั้งอุทยานอย่างไรบ้าง การใช้สิ่งกระตุ้นสำหรับสุนทรียศาสตร์และตัวแปรต่างๆ ที่สำคัญ ที่มีศักยภาพ

กล่าวคือ ตัวชี้วัด ความรู้ของผู้มาเยี่ยมชม ความเข้าใจเกี่ยวของของมหาชนและข้อขัดแย้ง รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า ในขณะที่สุนทรียศาสตร์เป็นใจความสำคัญสำหรับผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน แต่ผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นสิ่งที่ยุ่งยากต่อการคาดคะเนเมื่อมีการเทียบเคียงกันระหว่างตัวแปรอิสระและสิ่งที่เป็นคุณสมบัติอย่างเดียวกันของผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน รวมทั้งมีข้อเสนอแนะสำหรับนักวิจัยในครั้งต่อไปเมื่อมีการตรวจสอบแนวคิดสุนทรียศาสตร์

ไซมอน เรานี้ ได้สรุปความเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ในกรณีศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวท้องถิ่น : เนื้อหาต่างๆที่เกี่ยวกับความสามารถในการดำรงไว้และโอกาสต่างๆ ไว้ว่า เมื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในออสเตรเลียได้มีการขยายตัวมากขึ้น การตื่นตัวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มมากขึ้น ลิขสิทธิ์และความมีสุนทรียศาสตร์ ในระดับประเทศ ได้ถูกพัฒนาขึ้น โดยสมาคมที่มีอำนาจหรือหน้าที่แนะนำเกี่ยวกับงานศิลปะท้องถิ่นแห่งชาติ เพื่อให้แน่ใจว่า สิทธิของชาวออสเตรเลียท้องถิ่น วัฒนธรรม ความเคารพนับถือต่อวัฒนธรรมต้นแบบและมูลค่าของวัฒนธรรมได้ถูกป้องกัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมทางด้านที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ และหัตถกรรมท้องถิ่น ในออสเตรเลียตะวันตก คณะกรรมการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น (waitoc) ตั้งขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวในออสเตรเลียตะวันตก ต่อการสร้างควมมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับในการท่องเที่ยวท้องถิ่นในออสเตรเลียตะวันตก เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อถือในธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น คณะกรรมการดำเนินการดำเนินการการท่องเที่ยวท้องถิ่น ระบุว่าการลงทุนด้านการท่องเที่ยวต้องแสดงให้เห็นถึงมาตรการดังต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์การท่องเที่ยวต้องได้จากบุคคลากรในท้องถิ่น

2. ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่ได้ต้องมีความเหมาะสมและละเอียดอ่อนต่อวัฒนธรรม ต้องเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการเองหรือผู้ประกอบการควรได้รับอนุญาตในการดำเนินการหรือการได้ข้อมูลทางวัฒนธรรมในพื้นที่จากเจ้าของประเพณีที่สอดคล้องกับองค์กร ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องมีหน้าที่ต่อไปนี้

- 2.1 ต้องทำการปกป้องความรู้และรูปแบบต่างๆทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

- 2.2 ต้องทำให้แน่ใจว่าภาพพจน์และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากชาวออสเตรเลียท้องถิ่น

- 2.3 ต้องทำให้แน่ใจว่าสินค้าได้ถูกพัฒนาโดยบุคคลในท้องถิ่น

- 2.4 ต้องทำให้แน่ใจว่าคนในท้องถิ่น จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้าจากการใช้สิทธิทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและทรัพย์สินทางปัญญา

ดังนั้นจึงอาจกล่าวถึงสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้โดยสรุปว่า ความหมายของสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวตามพจนานุกรมของ Webster หมายถึง สิ่งที่แสดงให้เห็น หรือสิ่งที่เรียกให้เป็นจริง MacCannel ให้ความหมายว่า เป็นสิ่งอ้างอิงอย่างแท้จริง โดยสิ่งที่อ้างอิงเหล่านั้น ควรประกอบไปด้วย รูปแบบ วัตถุ และฝีมือ ซึ่งเกิดจากการสร้างตัวเองจนเป็นวัฒนธรรม หรือการพยายามสร้างให้เห็นเป็นมรดกทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานของ Waitt เรื่อง The Rock ว่าการโฆษณาการท่องเที่ยวควรทำให้เหมือนว่าเป็นการนำเสนอเพื่อให้เห็นความงดงามที่เป็นคุณค่าที่แท้จริง ที่เป็นอดีตของออสเตรเลีย จึงเป็นการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความมีสุนทรียศาสตร์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.10 สรุป

ในการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ

2.10.1 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนท่องเที่ยว โดยมีการปกป้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลัง โดยมีลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวโดยสรุปดังต่อไปนี้คือ

2.10.1.1 มีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งในเรื่องของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

2.10.1.2 มีการลดของเสีย และลดการบริโภคที่เกินจำเป็น

2.10.1.3 มีการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

2.10.1.4 มีการประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้ากับกรอบกลยุทธ์การพัฒนาท้องถิ่น และของชาติ

2.10.1.5 มีการจัดการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อย่างไม่ทำลายคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

2.10.1.6 การจัดการการท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

2.10.1.7 มีการประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประชาชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง

2.10.1.8 มีการฝึกอบรมบุคลากรในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดวิธีคิดและวิธีปฏิบัติที่มีผลดีต่อการท่องเที่ยวของชุมชน

2.9.9 มีการวางแผนการตลาดที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

2.9.10 มีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่จะสามารถเพิ่มประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวได้

จากแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับกรอบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความยั่งยืนได้ดังนี้คือ

การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ โดยเฉพาะระบบนิเวศที่เป็นเอกลักษณ์ แหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ประสบการณ์การเรียนรู้อย่างแท้จริง
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบในการรักษาสภาพแวดล้อม
4. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และ สร้างจิตสำนึกรับผิดชอบในการรักษาสภาพแวดล้อม

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม
2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี ควรจัดการ ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น
3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ควรจัดการให้ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดการ ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2.10.2. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยว และรวมถึงการจัดการองค์ความรู้เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

2.10.3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย ควรจัดการให้ ประสบการณ์การเรียนรู้ถึงคุณค่าของชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2.10.4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจัดการให้ เกิดจิตสำนึกในคุณค่าของการมีสุขภาพที่ดี โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2.10.5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ควรจัดการให้เกิด ความปลอดภัย และความทรงจำ จาก ประสบการณ์ใหม่

2.10.6. การท่องเที่ยวแบบไฮม์สเตย์และลองสเตย์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการ รักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยว

2.10.7. การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบ ผสมผสาน ควรจัดการให้ สอดคล้องกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวก และ ความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

ประเทศไทยในฐานะของสมาชิกองค์กรด้านการท่องเที่ยวแห่งภาคพื้นเอเชีย แปซิฟิก ได้ลงนามในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีสาระสำคัญดังนี้คือ

1. อนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ โดย สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ถิ่น แหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์สัตว์ และสนับสนุนให้หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องมีการค้นหา พื้นที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และกำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์

2. ให้ความเคารพและให้การสนับสนุนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถี ชีวิตของชุมชน โดยมั่นใจว่าการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น มีความเข้าใจใน ขนบธรรมเนียมรวมทั้งบทบาทของเด็กและสตรีด้วย เปิดโอกาส ให้ประชาชนท้องถิ่นมาร่วม ปรีกษาหารือในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นที่มีผลกระทบต่อชุมชน สนับสนุนช่วยเหลือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการค้นหามรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อ การ

อนุรักษ์บริเวณใกล้เคียง และอดหนุนงบประมาณ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการดำรงอยู่

3. นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้ โดย มั่นใจว่า มีการนำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมมาผนวกเป็นขั้นตอนหนึ่งในการวางแผน สนับสนุนให้มีการติดตามตรวจสอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ กำหนดนโยบายและตัวชี้วัดในการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการ จัดตั้งองค์การความร่วมมือ ที่รับเป็นที่ปรึกษา ด้านการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างและการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงการท่องเที่ยว

4. สนับสนุน- ช่วยเหลือในพันธกิจการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุน การปฏิบัติหรือกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของการลดการปล่อยสารมลพิษ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกการอนุรักษ์ การรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำการจัดการของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมระดับความดังของเสียงการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรีไซเคิลและใช้วัสดุ ที่ย่อยสลายได้ธรรมชาติ การสนับสนุนหรือกระตุ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามนโยบายของท้องถิ่นภูมิภาค สนับสนุน การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในทุกๆกิจกรรมรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนและกระตุ้น ผู้ประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีงาม

5. ให้การศึกษา ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุน การนำประเด็นเรื่องคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าไว้ในการศึกษาการฝึกอบรม ส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจ และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในประเด็นความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยการให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายที่เหมาะสม และให้การสนับสนุนช่วยเหลือ การศึกษาวิจัยด้านผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

6. ร่วมมือกับส่วนต่าง ๆ เพื่อทำให้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีความยั่งยืน โดย ร่วมมือกับบุคคลและองค์กรต่างๆ ในการร่วมกันปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อตรวจสอบด้วย ปฏิบัติตาม ทุกอนุสัญญาระหว่างประเทศ กฎหมายของประเทศ และท้องถิ่น ที่ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม

2.9.2 การจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว การจัดการคือการนำทรัพยากรในการดำเนินงานให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยกระบวนการดังต่อไปนี้คือ

2.9.2.1 การวางแผน เป็นหน้าที่ทางการจัดการหน้าที่แรกเกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทาง ภารกิจเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามที่ต้องการ

2.9.2.2 การจัดองค์การ เป็นการจัดทำโครงสร้างองค์การ และกำหนดระบบงาน บทบาทอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและหน้าที่ของบุคลากร เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกันภายในหน่วยงาน ซึ่งจะทำให้องค์การสามารถดำเนินงานสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างราบรื่นและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.9.2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงานเป็นงานที่ผู้บริหารต้องจัดหานักคนให้เหมาะสมกับงานโดยพิจารณาจาก ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และปริมาณแรงงาน เพื่อการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน รวมถึงการดูแลและพัฒนาแรงงานที่มีให้ได้คุณภาพและอยู่กับองค์การอย่างต่อเนื่อง

2.9.2.4 การนำ โดยผู้บริหารจะกำหนดวิธีและแนวทางที่จะทำให้พนักงานทุกคนร่วมมือและเต็มใจทำงานสำเร็จลุล่วง ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ดังนั้นผู้นำจึงควรมีภาวะผู้นำ มีเทคนิคการจูงใจ การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี

2.9.2.5 การควบคุมเป็นขั้นตอนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน โดยมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ เมื่อปฏิบัติงานตามแผนก็จะนำเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้เปรียบเทียบกับการทำงานถ้าไม่ได้มาตรฐานก็จะปรับปรุงแก้ไขงานในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ ปริมาณถูกต้อง

ในการจัดการใช้ และจัดสรรทรัพยากรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให้องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยการควบคุมการทำงานให้เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กัน แต่ถ้าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วจะทำให้้องค์การ เสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2.9.3 แนวคิดเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ คำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติของผลรวมที่แสดงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้คนนั้นหรือสิ่งนั้นมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากคนอื่นหรือสิ่งอื่น ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในสังคม โดยพัฒนาจากกระบวนการปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆภายใต้บริบททางสังคม เมื่อสถานการณ์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความหมายของสิ่งต่างๆก็อาจผิดแผกไปจากเดิม ความคาดหวังและการ

ตอบสนองต่อพฤติกรรมของคนอื่นๆก็อาจเปลี่ยนรูปแบบไปตามลักษณะของสถานการณ์ และความเป็นจริงในสถานการณ์นั้นๆ ซึ่งจะทำให้อัตลักษณ์หรือความหมายที่บุคคลให้แก่ตนเองเปลี่ยนแปลงไปด้วย อัตลักษณ์ต่างๆเป็นตราประทับที่อาจจะไม่ถูกใช้โดยคนอื่นๆทั้งหมด แต่จะใช้เฉพาะกลุ่มอ้างอิง และบุคคลนัยสำคัญ ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น และอัตลักษณ์นี้จะกลายมาเป็นศูนย์กลางของบุคคล โดยที่มนุษย์นั้นมีลักษณะที่ดีแล้วอยู่เสมอ การกระทำและอัตตะของมนุษย์จะเกิดขึ้นจากกระบวนการที่ต่อเนื่องทางสังคม โดยมีการกระทำระหว่างกันของบุคคล ผ่านการให้ความหมาย ในเชิงสัญลักษณ์แกสิ่งต่างๆ มากน้อยตามสถานการณ์นั่นเอง

อัตลักษณ์ คือการแสดง “ชนิด” หรือการแสดงทางมิติทางสังคมของอัตตะ นั่นคือ อัตลักษณ์หลายๆอัตลักษณ์ของบุคคลจะก่อตัวเป็น “อัตลักษณ์เชิงสังคม” หรืออัตตะในบริบทของการกระทำทางสังคม กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ โดยอาศัยความเชื่อที่ว่า บุคคลจะมีความหมายแห่งตน ที่สัมพันธ์กันมากมาย ความคิดเกี่ยวกับตนเอง การประเมินคุณค่าของตนเอง ความรู้สึกต่อตนเอง หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป็นผลมาจากการที่บุคคลมองตนเองเหมือนกับวัตถุทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถให้ชื่อ หรือประทับตราแก่วัตถุนั้นๆได้ ซึ่งการให้ชื่อและความหมายแก่ตนเองในฐานะที่เป็นวัตถุ จะเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าร่วมปฏิสังสรรค์ภายในโลกแห่งความหมายที่ถูกบ่งชี้จากสังคม

อัตลักษณ์ สามารถเกิดขึ้น พัฒนา หรือมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายในโครงสร้างสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่ามิติต่างๆของอัตตะ จะถูกเปลี่ยนไปเป็นวัตถุที่มีความหมาย คือกลายเป็นอัตลักษณ์ในแง่ของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ที่ระดับตัวตน บุคคล กลุ่ม องค์การและสังคม อัตลักษณ์ที่หลากหลายนั้น จะถูกเลือกแสดงตามระดับความเด่นภายในสถานการณ์โดยมีรากฐานมาจากระเบียบของสถาบัน ความเป็นไปได้ของอัตลักษณ์ ความสำเร็จ และทักษะของการแสดงอัตลักษณ์ภายในสถานการณ์หนึ่งๆ อัตลักษณ์ทั้งหลายจะถูกสื่อสารผ่านการแสดงออกทางพฤติกรรม ภาษา และลักษณะทางกาย หรือการแสดงที่ปรากฏทางสังคม การยึดมั่นผูกพันต่อ อัตลักษณ์ จะเป็นผลมาจากประสบการณ์เดิมของบุคคล ซึ่งได้ถูกรวมเข้าในตำแหน่งทางสังคมและลำดับขั้นตอนของวิถีทางแห่งชีวิต

ศาสตราจารย์ดร.อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์และคณะได้ทำการวิจัยเรื่องความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยที่สะท้อนจากคำในภาษา ได้สรุปไว้ว่าวิกฤตการณ์ด้านอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของคนไทย เป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่มีผู้สนใจมากเป็นพิเศษในปัจจุบัน เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนแปลงเร็วมากจนมีแนวปฏิบัติหรือค่านิยมใหม่ๆหลายแบบเกิดขึ้นในสังคม ซึ่งต่างจากที่เป็นมาในอดีต ปัญหาคือคนไทยส่วนใหญ่เกิดความไม่แน่ใจ หรือลังเลในหลักการที่ใช้ตัดสินความ

ถูกต้องของความประพจน์ บางคนคิดว่าสิ่งที่คนส่วนใหญ่ให้คุณค่าหรือคิดว่าถูก เป็นสิ่งที่ผิดเพราะยึดค่านิยมเดิมในสังคม บางคนยึดหลักการที่ว่าอะไรเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสังคม สิ่งนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ถูกต้องไม่จำเป็นต้องยึดถือขนบธรรมเนียมเก่าๆอีกต่อไป ปัญหาข้อขัดแย้งนี้จึงกลายเป็นวิกฤตการณ์ของสังคมไทยโดยแท้

ศ.ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ได้กล่าวถึง คนไทยกับ 3 คำเจ้าปัญหา : เชื้อชาติ-กลุ่มชาติพันธุ์-อัตลักษณ์ ในงานภูมิสังคมเสวนาสาธารณะ เรื่องคนไทยหลายเผ่าพันธุ์ 3,000 ปี ในสุวรรณภูมิ ณ ห้องพระโรง วังท่าพระ มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2548 ว่า เรื่องของคนไทย หรือของชาติไทย โดยความคิดของที่เกี่ยวข้องกับชาตินั้น มาจากคำ 3 คำ ที่ทำให้เกิดความสับสนในความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นชาติของคนไทย คือ คำว่า “เชื้อชาติ” “ชาติพันธุ์” และคำว่าอัตลักษณ์

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเอง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยทุกฝ่าย เมื่อสิ้นสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น เรามีอัตลักษณ์ 2 อย่าง

The Land of Smile คือ "สยามเมืองยิ้ม" ที่คนอื่นเขาสร้างให้ไทย จนปัจจุบันนี้เรายังพอใจใช้ในการขายของการท่องเที่ยว ที่เราเป็น The Land of Smile เพราะฝรั่งยิ้มเป็นในความหมายเดียว ขณะที่คนไทยใช้การยิ้มเพื่อสื่อความหมายหลายอย่างมาก

The Land of Siamese Talk เป็นอัตลักษณ์ที่ฝรั่งยึดเย็ดให้ไทย เราพยายามทำให้คำนี้หายไปในการรู้สึกนึกคิดของคนไทย ความเป็นอัตลักษณ์ของไทย แล้วยกย่อง The Land of Smile เป็นอัตลักษณ์แทน

ที่ต้องยกเรื่องนี้ขึ้นมาเพื่อบอกให้รู้ว่า เมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์ เมื่อนั้นกำลังพูดถึงสิทธิสิทธิของประเทศไทยต่อคนอื่นๆ ในโลก ฉะนั้นการนิยามแล้วนิยามอีกซึ่งอัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของการต่อสู้ เป็นเรื่องที่ทุกสังคมต้องพยายามสร้างอัตลักษณ์เพื่อจะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งเนื้อที่และสิทธิเมื่อเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ นั่นเอง อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้ จะสามารถเปลี่ยนแปลงหรือสร้างอัตลักษณ์ได้ตลอดเวลา เช่น ประเทศอื่นมองกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงการมรดกของโลก นี่เป็นอัตลักษณ์ที่ยกให้กับประเทศไทย เราต้องต่อสู้ แต่ไม่ใช่ด้วยการโวยวายให้เปิดหนังสือพิมพ์ แต่ต่อสู้โดยการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นกรุงเทพฯ ขึ้นมาต่อสู้กับเมืองหลวงการมรดกโลกให้ได้ การจัดเสวนาเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ในการสู้กับความเป็นนครหลวงการมรดกของโลก ฉะนั้นเมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์เป็นเรื่องของบทบาท เป็นเรื่องของอำนาจ เป็นเรื่องของสิทธิ ซึ่งทำให้ต้องเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่ม สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้ตนเองได้ คำ 3 คำนี้

คนมักเข้าใจผิด เอาความเข้าใจผิดมาใช้เป็นฐานของการสร้างความคิดเกี่ยวกับชาติของไทย สรุปคือ หาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง เชื่อชาติเป็นเรื่องไม่จริง, กลุ่มชาติพันธุ์เป็นของสมมุติ, อัตลักษณ์เป็นการสร้างขึ้นมา หาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง สมมุติทั้งนั้น แม้แต่คำว่าชาติเองก็สมมุติ ไม่ได้มีจริงๆ

นอกจากนี้ พิเศษญ์ คุณวโรตม์ (2546: 306-307) สรุปเอาไว้อย่างชัดเจนว่า อัตลักษณ์ (identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเอง และการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ "ฉันเป็นใคร"

2.9.4 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ วิรุณ ตั้งเจริญ (วิรุณ ตั้งเจริญ.2546:24-119) ได้กล่าวถึงควมมีสุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิตว่า สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์เกี่ยวกับความงาม เป็นปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือความรักในภูมิปัญญา มุ่งแสวงหาความจริง ความดี และความงาม ได้แก่ความจริงที่มีวิวัฒนาการมาสู่วิทยาศาสตร์ ความดีที่เกี่ยวข้องกับจริยศาสตร์ และความงามที่เกี่ยวข้องกับควมมีสุนทรียศาสตร์ที่อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ ทรรศนะ หรือเหตุผลในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญา นักสุนทรียศาสตร์ คนใดคนหนึ่ง สอดคล้องกับ วนิดา ขำเขียว และไพฑูรย์ พัฒนไใหญ่ยิ่ง ที่กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ว่า เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับธาตุที่ทำให้เกิดความงาม แต่ว่าคำว่าความงามนี้มีได้หมายเฉพาะความงามที่เกิดจากสัดส่วนที่ถูกต้องเหมาะสมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงความแปลกตาม ความน่าทึ่ง นั่นคือ ในบางขณะอาจมีความหมายลึกไปถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นด้วย สุนทรียธาตุมิใช่เป็นเพียงคุณสมบัติของศิลปกรรมเท่านั้น แต่เป็นคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดตามธรรมชาติ ความงามที่เกิดจากธรรมชาติ ความน่าเกลียดน่ากลัวที่เกิดจากจินตนาการและศรัทธาอันเข้มข้นที่ทำให้เกิดความงามและศิลปะ ล้วนแล้วแต่เป็นสุนทรียธาตุทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังได้ให้มุมมองในเรื่องของเกณฑ์การตัดสินควมมีสุนทรียศาสตร์ว่ามีอยู่ 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มที่มีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับการวัดระดับควมมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือ กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์การตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นผันไปตามสภาวะแวดล้อม โดยเชื่อว่าเกณฑ์การตัดสินควมมีสุนทรียศาสตร์ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมทาง

วัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ ไม่ขึ้นอยู่กับผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์ต้องวางตัวเป็นกลาง และต้องสำนึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงสุนทรียภาพในแง่ของประสบการณ์ว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสุนทรียภาพในตัวบุคคล บุคคลจะไม่สามารถเลือกแก่น้ำที่สวยงามได้เลย ถ้าไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับแก่น้ำ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับแก่น้ำน้อยมาก “ความงาม” ก็เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ใหญ่และผู้รู้ที่จะต้องช่วยกันสร้างประสบการณ์ทางด้านความงามให้แก่ประชาชนรุ่นหลัง ให้ทราบว่าอะไรคือความงาม

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความมีสุนทรียภาพกับสภาพแวดล้อม วิรุณ ตั้งเจริญได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สภาพแวดล้อมหมายถึงธรรมชาติ และสภาพสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็น อาคารบ้านเรือน งานฝีมือ ผังเมือง ชยะ หรืออะไรก็ตามที่กระทบหรือเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สมาชิกในสังคมก็เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมเช่นกัน

สำหรับเรื่องของวัฒนธรรมกับความมีสุนทรียภาพ วิรุณ ตั้งเจริญได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อสิ่งใดประพฤติปฏิบัติบ่อยครั้ง และสิ่งที่ประพฤติปฏิบัตินั้นได้รับการกลั่นกรองให้คงอยู่แต่ความดีงาม และมีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต สิ่งนั้นและพฤติกรรมเหล่านั้นจะกลายเป็นวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมพัฒนาได้ เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อก้าวไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ประณีตกว่า และมีคุณค่ากว่าสำหรับการดำรงชีวิตร่วมกันในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป “วัฒนธรรม” จึงเป็นความดีงาม ความงาม ความประณีต ซึ่งเป็นเรื่องของกรรมสิทธิ์ ที่มันจะทั้งการดำรงไว้ซึ่งความดีงาม ประณีต ความมีคุณค่า การสร้างเสริมวัฒนธรรมที่ดีงาม ความดีงามทั้งที่เป็นคุณสมบัติ และรูปสมบัติ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับความรักและความชื่นชมในความงาม ความประณีต หรือสุนทรียภาพ “สุนทรียภาพ” จึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

2.9.5 สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) มีความหมายตามดิกชันนารีของ Webster ว่า สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) หมายถึง **ความเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็น หรือ สิ่งที่เราเรียกให้เป็น จริง ๆ หรืออย่างแท้จริง** อีกอย่างหนึ่งในสาขาสังคมศาสตร์ กล่าวไว้ว่า การค้นหาสุนทรียศาสตร์ก็คือการค้นหาสิ่งที่ไม่ได้ปล้นมา สิ่งดั้งเดิม และสิ่งที่ **เป็นข้อเท็จจริง** (MCIntosh and Prentice, 1999) สุนทรียศาสตร์สามารถที่จะให้คำจำกัดความซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของมันเป็นเอง อีริคสัน (1995) ให้แนวความคิดเอาไว้ว่า **ความเป็นสุนทรียศาสตร์ก็คือจะต้องมีสิ่งทั้งหมดตามกฎหมายเกณฑ์ที่มันมีอยู่ในตัวมันเอง** การให้แนวคิดที่แตกต่างกันแบบนี้ เป็นการเรียงลำดับสุนทรียศาสตร์ด้านใจความสำคัญที่จะมาท่องเที่ยว กับสุนทรียศาสตร์ของ

นักท่องเที่ยว คำจำกัดความเกี่ยวกับแนวคิดที่แตกต่างกันทำให้เกิดเป็นข้อยุ่งยากที่จะจัดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

Starn (2002) ได้อภิปรายแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ที่ซึ่งกฎหมายแห่งเมืองเวนิสได้ประกาศใช้ ซึ่งได้แสดงเอาไว้ว่า มรดกตกทอดทางวัฒนธรรมควรที่จะมีการอนุรักษ์ อนุสาวรีย์โบราณคือมรดกทั่วไป และเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องดูแลบนความมั่งคั่งที่มีอยู่ของความงามทางสุนทรียศาสตร์ ถ้อยคำอันนี้แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับวิธีการสร้างแนวคิดของความงาม และสุนทรียศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น แนวคิดสุนทรียศาสตร์เกิดจากสิ่งที่เป็น วัตถุ โดยเนื้อหาแล้ว วัตถุก็คือสุนทรียะ คือความงามที่เป็นของแท้เพราะถือว่าเป็นพิพจน์และทุกคนก็กล่าวกันว่า มันเป็นสิ่งที่จริง หรือข้อเท็จจริง มีการเข้าใจว่า สิ่งที่เป็นวัตถุคือความมีสุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง

Mac Cannell (1973) ได้กำหนดกรอบแนวคิดในช่วงยุคต้น ๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของสุนทรียศาสตร์และความสำคัญของมันระหว่างนักท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละคนสามารถที่จะพบหรือได้รับความมีสุนทรียภาพจากการท่องเที่ยวได้ แนวคิดที่สำคัญก็คือว่า ข้อเท็จจริงและสุนทรียภาพพบได้ทุกที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่รอบนอก (Mac Cannell, 1999) ชาวยุโรปหลายคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า สุนทรียศาสตร์พบได้เพียงการท่องเที่ยวเท่านั้น นอกเหนือจากขอบเขตที่ไม่ใช่ สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง นี่หมายความว่า สิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ที่แท้จริงก็คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวพบในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีในช่วงยุคประวัติศาสตร์และอื่นๆ

นอกจากนั้น Mac Cannell ยังเรียกร้องว่า ควรจัดแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองส่วนคือในส่วนด้านที่ต้องการโชว์ และในส่วนที่ต้องการความมีสุนทรียภาพ หรือความงดงามที่เป็นของแท้ของจริง หรือเป็นเรื่องดั้งเดิมของชุมชน เพราะสิ่งที่ต้องการโชว์หรือแสดงให้เห็นมักเป็นความประทับใจ หรือเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ แต่พื้นที่ด้านหลังจะเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่และมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างสมบูรณ์

เขตที่แบ่งเป็นส่วนหน้าและส่วนหลังทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสังคมอย่างชัดเจน ทำให้มองภาพการเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันได้ เช่นเดียวกันกับการจัดบ้าน หรือการจัดโรงแรม ที่ต้องมีส่วนสำหรับการต้อนรับ และส่วนบริการอื่นๆที่เป็นชีวิตประจำวัน

การสร้างสุนทรียศาสตร์ในเชิงสิ่งก่อสร้าง แนวคิดในเชิงสิ่งก่อสร้างเสนอเอาไว้ว่า ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์มักผูกติดอยู่กับอดีตที่ล่วงมาแล้ว การประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม

ต้องพยายามที่จะมองเห็นเนื้อแท้ของของสิ่งที่จะต้องแสดงออก น่าจะให้ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์ได้อย่างแท้จริง

สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) จะมุ่งเน้นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมักต้องการชมความงดงามที่เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือว่าเป็น ของแท้ ของดั้งเดิมอย่างแท้จริง โดยที่นักท่องเที่ยวอยากได้ประสบการณ์ในการเข้าไปสู่ความงามที่มีอยู่จริงดังเช่นการท่องเที่ยวของชาวบาหลี ที่เชื่อว่าผู้คนในท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องยึดแนวทางการเปลี่ยนแปลงในสอดคล้องกับการจัดการการท่องเที่ยว ที่กระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต ของพวกเขาในแนวทางที่ก่อให้เกิดการเสียชื่อเสียงทางวัฒนธรรมของพวกเขาด้วย และดูเหมือนว่าชาวบาหลีไม่ต้องอ้างว่าการท่องเที่ยวสร้างความรำววยให้กับพวกเขา แต่พวกเขาจะแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตของพวกเขาอย่างไรบ้าง ในขณะที่เดียวกันพวกเขาก็ได้โอกาสฝึกฝนการแสดงออกทางด้านขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมประเพณีได้เช่นกัน

โดเฮน (2531) ได้กล่าวว่า ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นโครงสร้างของสังคมเป็นแนวคิด และมีความหมายทางสังคมของมันเอง ดังนั้นมันจึงมิใช่การให้ แต่เป็นการต่อรอง เช่นรูปแบบที่หลากหลายของงานศิลปะที่ผลิตสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชาวปากัวนิวกินีในหมู่บ้านไอแอทมูลตะวันตกของแอมบูมัน ชาวสุลิแสดงให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของเขาด้วยการประดับประดาร่างกาย ทำให้เกิดการกระตุ้นและกระจายกิตติศัพท์ออกไปทั่วโลก และนักท่องเที่ยวก็ถือเอาศิลปะบนร่างกายของชาวสุลิ นี้ เป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่า คนเหล่านี้ยังมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างน่าเชื่อถือ ทำให้ผมปลอมของชาวสุลิ เป็นแบบอย่างที่ดีต่อนักท่องเที่ยวในที่สุด

วิธีการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำได้ 3 วิธีด้วยกันคือ

1. วางพื้นฐานทางวัฒนธรรมชุมชนให้เข้มแข็ง
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องผลักดันการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างเสมอภาคโดยการเข้าถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง
3. ต้องเท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เพราะการพิจารณาความมีสุนทรียศาสตร์ของวัฒนธรรมนั้นต้องปฏิบัติให้มีความหลากหลาย

ในงานของ Mc Connell สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) นี้ยังเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่ยังคงคลุมเครือ Mc Connell สันนิษฐานว่านักท่องเที่ยวหวังที่จะมีประสบการณ์กับลักษณะที่เชื่อถือได้

กับสถานที่ วัตถุหรือเหตุการณ์ที่เป็นของแท้ Mc Connell ให้ความสนใจในความผิดพลาดของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ต่อมาในการศึกษาของ Wang (2000) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่” เป็น “สภาพของการเป็นอยู่ที่แต่ละคนเป็นอยู่จริง” ตามการศึกษาของ Wang แล้วสภาพเช่นนี้ประกอบด้วยความรู้สึกร่วมตัวหรือความรู้สึกระหว่างบุคคลที่ถูกกระตุ้นโดยกระบวนการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ไม่จำเป็นที่จะถูกกระตุ้นโดยสถานที่ วัตถุหรือเหตุการณ์

Gloria Lara Hasemann ได้แสดงความคิดเห็นในบทความเรื่อง AUTHENTICITY : WHY AND FOR WHOM ? ไว้ว่า สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) ในดิคชันนารีของ Royal Spanish Academy หมายความว่า การทำให้เกิดมีคุณลักษณะของข้อเท็จจริงที่งดงามอย่างน่าเชื่อถือ บางครั้งสุนทรียศาสตร์ก็คือ สิ่งที่เราควรระลึกถึงว่าเป็นเหตุการณ์และข้อเท็จจริงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ความต้องการหรือการมีอยู่ตามสภาพของสิ่งแวดล้อม” (1956: 146) โดยข้อเท็จจริงแล้ว คำจำกัดความของคำว่า สุนทรียศาสตร์ ซึ่งให้ไว้ในแนวทางของยูเนสโกในปี 1972 ว่า ลักษณะและประเภทของสุนทรียศาสตร์ คือ การออกแบบ วัตถุศิลปะ การมีฝีมือ เช่นเดียวกันกับ สภาพแวดล้อม ซึ่งก็รวมอยู่ด้วยกันกับข้อกำหนดของสิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ซึ่งไม่ได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ว่าจะมาจากรูปแบบและโครงสร้างดั้งเดิม แต่ก็นับรวมอยู่ในการเปลี่ยนแปลงในภายหลังตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง สุนทรียศาสตร์ ก็มีความหมายสมบูรณ์แบบเพียงแค่ว่าการรวมแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงแม้จะดูเหมือนว่าแนวคิดทั้งสองอย่างเหล่านี้จะเป็นแนวคิดอันเดียวกัน และหรือถึงแม้ว่าจะเป็นแนวคิดที่เหลื่อมล้ำกันตามความรู้สึกบางอย่างก็ทำให้แนวคิดของพวกเราเกิดเป็นความรู้สึกอยู่สองด้าน เมื่อมองดูในกรอบแนวคิดนี้ คุณสมบัติทางด้านวัฒนธรรมก็ถือว่าเป็นบรรทัดฐานอย่างหนึ่งของสุนทรียศาสตร์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำลายความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะทำให้เนื้อหาที่แท้จริงเปลี่ยนไป หรือเพราะว่าเป็นการทำลายเนื้อหาตามความเป็นจริงอีกอย่างหนึ่ง สุนทรียศาสตร์จะต้องทำให้คุณลักษณะดั้งเดิมของทรัพย์สิน (แบบ วัตถุ ฝีมือ) รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวในตัวของมันเอง กับสถานที่และช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าและความหมายของตัวเอง (ตัวอย่างเช่น ในส่วนของความซับซ้อนทางด้านสถาปัตยกรรมหรือภูมิประเทศที่เป็นประวัติศาสตร์) อีกประการหนึ่งหนึ่ง แนวคิดในเรื่องของลักษณะที่เป็นเนื้อแท้ มักเน้นเทคโนโลยีการผลิต ในขณะที่แนวคิดประการที่สอง มักเน้นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ปฐมเหตุ

กฎหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ช่วยแก้ปัญหาความเข้าใจผิดได้ ซึ่งถ้าหากไม่มีความเข้าใจถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ คุณค่าสังคมแล้ว บุคคล หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกัน หรือ

บุคคลที่มีความรู้สึกรักชาติในทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไม่มีพื้นฐานอยู่บนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
คุณค่าทางสังคมตั้งอยู่บนความสำคัญทางวัฒนธรรมของทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากประเพณีซึ่ง
มาจากยุคหนึ่งสู่ยุคหนึ่งก็ตาม จากประวัติศาสตร์หรือความรู้สึกทางสุนทรียศาสตร์ หรือเกิดขึ้นง่าย
จากข้อเท็จจริงซึ่งยังคงรวมอยู่ในชีวิตประจำวันนั่นเอง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 บทนำ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (The Authenticity management of South Isan Tourisium) เป็นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ครบถ้วน ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์ การสังเกต และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมคำถามงานวิจัย และให้ได้คำตอบที่สามารถนำไปหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้ และเพื่อให้งานวิจัยได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ คณะนักวิจัยวางกรอบแนวคิดในงานวิจัยไว้ดังนี้คือ

3.2 กรอบแนวคิด

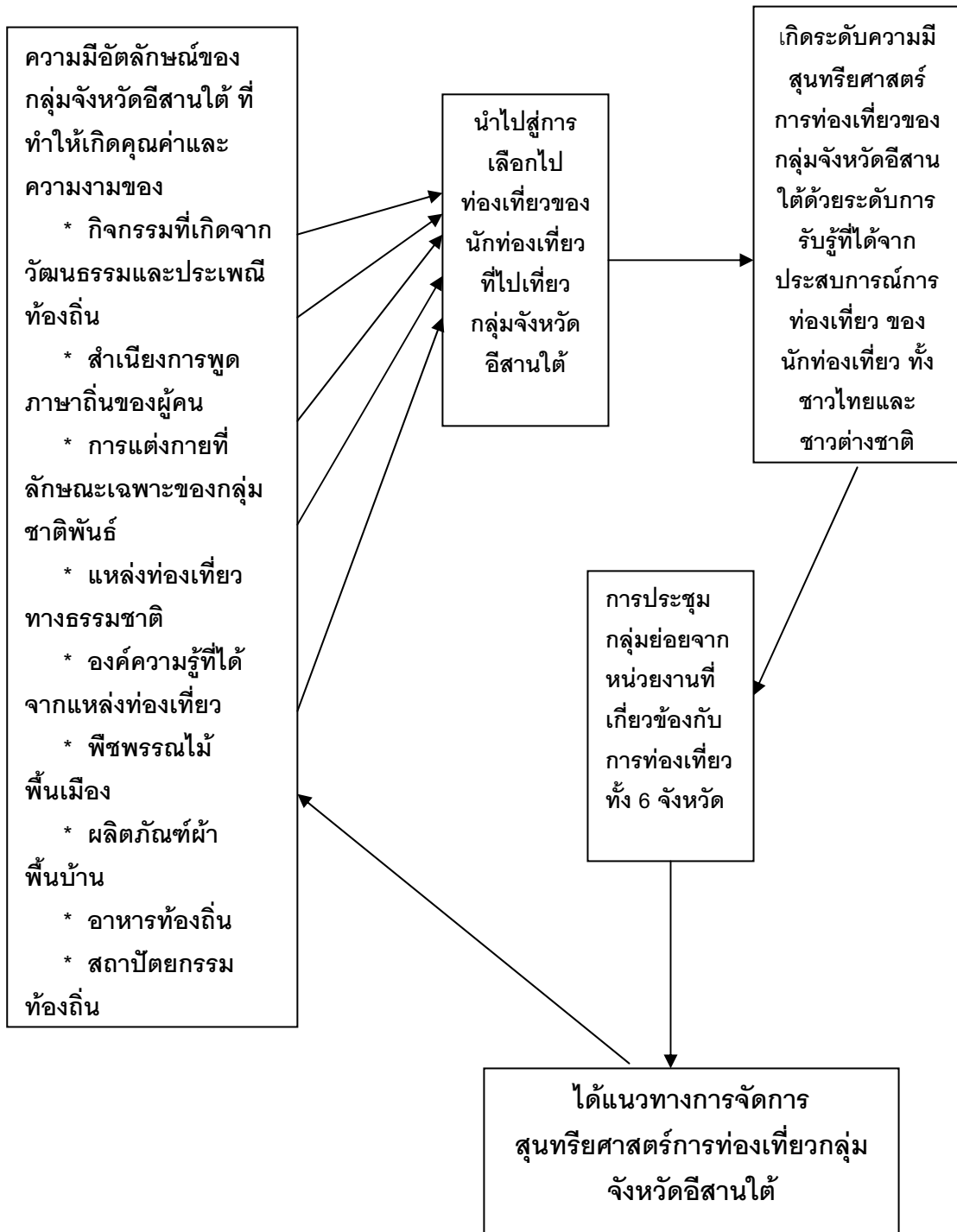
ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากอัตลักษณ์ของจังหวัด ในแต่ละจังหวัด จัดเป็นหมวดหมู่แล้วจึงนำมาวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมการเรียนรู้ จากนั้นจึงนำผลดังกล่าวมาหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวโดยนักวิจัยได้วางกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางในการหาคำตอบในงานวิจัยไว้ดังนี้คือ

กรอบแนวคิด

เรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



3.3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.3.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ นักวิชาการ บุคคลทั่วไป หัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว และการสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ไปท่องเที่ยว หรือเคยท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี ในปี 2549 จำนวนประชากรดังปรากฏในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในปี 2549

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ	อุบลราชธานี	รวม
ชาวไทย	942,374	4,212,394	803,993	665,725	674,653	123,941	7,423,080
ชาวต่างชาติ	2,790	89,004	33,288	11,961	7,145	53,521	197,709
รวม	945,164	4,301,398	837,281	677,686	681,798	177,462	7,620,789

ที่มา. สำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณะนักวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้เหมาะกับการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

3.3.2.1 นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงก้อนหิมะ(Snowball sampling) เพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึกเกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

3.3.2.2 นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปสำหรับหากกลุ่มตัวอย่างของ ทาโรยามอนเน (Taro Yamone) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด โดยเฉลี่ยจำนวนประชากรตามจำนวนประชากรที่ไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ดังแสดงไว้ในตาราง ที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลการสำรวจระดับความมี
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ชาวไทย

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นคร ราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรี สะเกษ	อุบลราช ธานี	รวม
ชาวไทย	942,374	4,212,394	803,993	665,725	674,653	123,941	7,423,080
อัตราส่วน	12%	56%	11%	9%	9%	2%	100%
จำนวนแบบ สอบถาม	50	226	44	36	36	9	400

ที่มา. สำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักวิจัยกำหนดจำนวนไว้ที่ 100 คน จากนั้นจึงกำหนดจำนวนคนตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดนั้นๆ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลการสำรวจระดับความมี
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นคร ราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรี สะเกษ	อุบลราชธานี	รวม
ชาวต่างชาติ	2,790	89,004	33,288	11,961	7,145	53,521	197,709
อัตราส่วน	1.41 %	45 %	17 %	6.05	3.61 %	27.07	100 %
จำนวนแบบ สอบถาม	2	45	17	6	4	27	101

ที่มา. สำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา

3.3.2.3 กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน จากหน่วยงานสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด

สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์การบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1-2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึงผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะนักวิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือหลายประเภทให้เหมาะกับการตอบคำถามงานวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องมือเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า **ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร** คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1.1. เอกสารและข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความงามและความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ และบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ลักษณะเครื่องมือเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้สามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้ได้อย่างเต็มที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า **ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด** คณะนักวิจัยเลือกใช้แบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เนื้อหาในแบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพ การใช้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวและจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงข้อตกลงในการกำหนดระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถนำมาจัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้

ส่วนที่ 2. เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทของ อัตลักษณ์ที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยรวบรวมและสังเคราะห์มาจากคำสัมภาษณ์และเอกสารที่ได้มาจากการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แบ่งประเภท ออกเป็น 10 ประเภทตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขา ประวัติศาสตร์และโบราณคดี สาขาสถาปัตยกรรม สาขาวัฒนธรรม สาขาการจัดการ สาขาละ 1 คน และสาขาศิลป อีก 3 คน รวม 6 คน หาความเชื่อมั่นของแบบสำรวจโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า **แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทำได้อย่างไร** คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.1 การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า **ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ควรทำอย่างไร** คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

4.1 การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

4.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล นักวิจัยเก็บข้อมูลตามประเภทของเครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.5.1.การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรง (Face to Face Interview) ระหว่างนักวิจัยและ นักวิชาการทางศิลป โบราณคดี สถาปัตยกรรม ผ้าพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานวัฒนธรรม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยคณะนักวิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถได้เนื้อหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

3.5.2.การสำรวจ ใช้วิธีเดินทางไปสำรวจที่จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ บริเวณโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวในเมือง

ศูนย์การค้า โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสำรวจอย่างชัดเจน

3.5.3.การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียง การจดบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

3.6.1. การสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นจึงนำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่

3.6.2. การสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.6.3. การจัดเวทีประชุม วิเคราะห์ข้อมูลจากองค์ความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็นตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดเวที การสังเกตสถานการณ์และบริบททั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อคิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การทางแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

3.7 สรุป

วิธีดำเนินการวิจัยโครงการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.4 ตารางแสดงการสรุปวิธีดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ระเบียบวิธีวิจัยและเครื่องมือ	การรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด 2.นักวิชาการและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาของจังหวัด	สุ่มตัวอย่างจำเพาะเจาะจงด้วยเทคนิค สุ่มตัวอย่างเชิงกอนหิมะ จำนวน 12 คน	สัมภาษณ์แบบเจาะลึกด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง	บันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ ตามประเด็นที่ตั้งไว้ และข้อสังเกตโดยละเอียด	วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแล้วจัดหมวดหมู่ของอัตลักษณ์ได้ 10 หมวดหมู่
ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่อยู่ในจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	กำหนดกำหนดกลุ่มด้วยตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามอนะ Taro Yamone จากจำนวนนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานใต้ ทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 502 คน	แบบสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาด้วยนักวิชาการจากสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 ท่าน หาความเชื่อมั่นด้วยโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach)	เก็บและบันทึกข้อมูลเชิงปริมาณตามข้อคำถามที่ตั้งไว้	วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกเป็นรายจังหวัดและรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วัตถุประสงค์	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ระเบียบวิธีวิจัยและเครื่องมือ	การรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	หน่วยงานองค์กร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว	กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงจำนวน 30 คนจากการท่องเที่ยวจังหวัดวัฒนธรรมจังหวัด สำนักผังเมืองจังหวัดเทศบาลเมืองและองค์การบริหารส่วนจังหวัด ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	จัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	บันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ	วิเคราะห์ของมูลเชิงคุณภาพตามประเด็นและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
ข้อที่ 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ฟื้นฟูพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน	หน่วยงานองค์กร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว	กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงจำนวน 30 คนจากการท่องเที่ยวจังหวัดวัฒนธรรมจังหวัด สำนักผังเมืองจังหวัดเทศบาลเมืองและองค์การบริหารส่วนจังหวัด ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	จัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	บันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ	วิเคราะห์ของมูลเชิงคุณภาพตามประเด็นและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

บทที่ 4

ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.1 บทนำ

โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (The Authenticity management of South Isan Tourism) ใช้เวลาในการทำงานวิจัย จำนวนเวลา 12 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือน 1.พฤษภาคม 2549 – 30 เมษายน 2550 ตามแผนกรอบแนวคิดและกิจกรรมการดำเนินงานวิจัยที่กำหนดไว้ ทำให้ได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ในบทนี้ นักวิจัยขอเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ อภิปรายผลตามคำถามงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้คือ

4.2 ผลการศึกษา

จากการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตามวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยที่ตั้งไว้ ทำให้ได้ผลการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้คือ

4.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด คณะนักวิจัยใช้วิธีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดต่างๆทั้ง 6 จังหวัด การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี และการสัมภาษณ์บุคคลอื่นๆเช่น สถาปนิก นักวิชาการ เจ้าของร้านของของที่ระลึก และอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มุมมองที่ต่างๆกันออกไป โดยตั้งคำถามในงานศึกษาวิจัยว่า **อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร**

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่หลากหลายไปตามประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพภูมิประเทศ และสภาพความเป็นอยู่ โดยสามารถจำแนกเป็นหมวดหมู่ได้ดังต่อไปนี้คือ

4.2.1.1. **อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น** ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าผู้คนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จะมีวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกันตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอยู่หลากหลาย กิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นจะสอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวัน พิธีกรรมทางศาสนา และผี โดยจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งปีตามวาระและโอกาสที่เขาเหล่านั้นกำหนดขึ้น บางแห่งเรียกฮีสตีสองคลอง

สืบสี่ บางพิธีกรรมเป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อการระลึกถึง และสักการะบรรพบุรุษที่ควรเคารพ
นับถือ เช่นพิธีบวงสรวงวันชัยชนะท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา พิธีบวงสรวงอนุสาวรีย์เจ้าพ่อ
พญาแล จังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น บางพิธีกรรมเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น งาน
ประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี บางพิธีกรรมเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ ความเชื่อ
และความเป็นมาของโบราณสถาน เช่นงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

ภาพประกอบที่ 4.1 ภาพแสดงถึงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของ
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

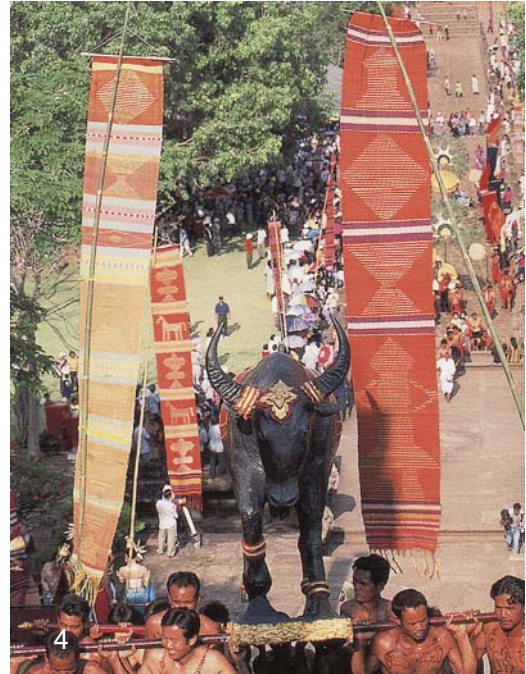


1.ประเพณีแห่เทียนพรรษา
จังหวัด อุบลราชธานี จาก
หนังสือ อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545

2.งานแสงสีเสียง ที่ปราสาทหิน
พิมาย จังหวัดนครราชสีมา

3 , 4 งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง
จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพประกอบที่ 4.1 (ต่อ)



1 , 2 , 4 งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งปราสาทพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดบุรีรัมย์

3.ประเพณีงานบวชนาคของชาวไทยกลุ่มชาติพันธุ์เขมรและกวยที่จังหวัดสุรินทร์
และจังหวัดบุรีรัมย์(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

ภาพประกอบที่ 4.1 (ต่อ)



ภาพที่ 5 , 6 ประเพณีรดน้ำหัวผู้ใหญ่ และสงฆ์น้ำพระเนื่องในวันสงกรานต์
(ภาพจาก อสท.ฉบับที่ 11 ปี 2550)

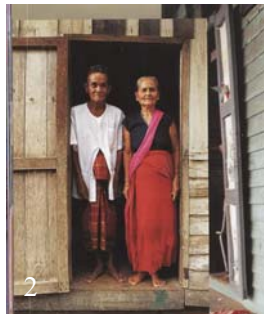
4.2.1.2. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ผลการ

ศึกษาวิจัยพบว่าสำเนียงการพูด เป็นภาษาและสำเนียงที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในเขตอีสานใต้ที่เห็นค่อนข้างชัดเจนประการหนึ่ง ผู้ศึกษา วิจัยเห็นว่าภาษาอีสานเป็นสื่อสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงความเป็นอัตลักษณ์ประเภทหนึ่ง นอกจากนี้ภาษาและสำเนียงการพูดยังเป็นสื่อที่แสดงออกถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร และความอบอุ่นของผู้คน ฯลฯ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีภาษาพูดที่เด่นๆอยู่ 4 ภาษาคือ ภาษาลาว หรือไทยอีสาน ภาษาไทยโคราชหรือไทยแดง ภาษาเขมร และภาษากูยหรือส่วย ภาษาไทยอีสาน (ภาษาลาว) จะพบในทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่จะมีสำเนียงการพูดที่แตกต่างกันไป เมื่อฟังก็จะรู้ได้ว่าสำเนียงนี้เป็นสำเนียงการพูดของกลุ่มคนในจังหวัดใด หรือเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ใด เช่นภาษาลาวชัยภูมิก็จะมีสำเนียงการพูดที่แตกต่างจากภาษาลาวศรีสะเกษ และภาษาลาวอุบล ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะมีสำเนียงที่น่าฟังแตกต่างกันไป ถ้าฟังบ่อยๆจะพบว่า สำเนียงการพูดของผู้คน จะบ่งบอกถึงลักษณะบุคลิกภาพของผู้คนได้

สำเนียงและภาษาพูดนอกจากจะบ่งบอกถึงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์แล้ว ยังแสดงถึงความเชื่อมโยงและการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนในกลุ่มอีสานใต้ได้อีกด้วย ภาษาพูดเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะเกิดการรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดี หรือประสบการณ์การรับรู้ที่สร้างความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้

4.2.1.3.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การแต่งกายในชีวิตประจำวันของประชาชนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จะมีความหลากหลาย และความเป็นสากลค่อนข้างมากโดยเฉพาะกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ตัวเมือง ส่วนการแต่งกายที่มีลักษณะเฉพาะของผู้คนมักจะได้พบได้ในการแต่งกายที่ใช้ในโอกาสพิเศษ เช่นในงานที่เป็นพิธีกรรมของกลุ่มคน การแต่งกายที่ใช้ในศิลปการแสดง การแต่งกายในโอกาสที่เป็นวันสำคัญพิเศษของกลุ่ม การแต่งกายที่แสดงถึงลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แสดงอยู่ในพิธีกรรมเป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการแต่งกายตามลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์ของกลุ่มอีสานใต้ก็ยังคงเป็นการแต่งกายแบบคนไทยโดยรวมคือ การแต่งกายที่ประกอบไปด้วยเครื่องนุ่ง และเครื่องห่ม ถึงแม้ว่าจะไม่ได้แบ่งประเภทผ้าสำหรับหญิง ชาย หญิงสาว และผู้สูงอายุอย่างชัดเจนก็ตาม แต่การแต่งกายของผู้คนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ยังมีส่วนสัมพันธ์กับวิถีชีวิตสภาพความเป็นอยู่ และผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเหมือนเดิม เพียงแต่มีบริบทที่แตกต่างกันออกไปตามการพัฒนาและการเคลื่อนไหวของแฟชั่นการแต่งกายของผู้คนในโลกของการเปลี่ยนแปลง

ภาพประกอบที่ 4.2 ภาพแสดงถึงอัตลักษณ์การแต่งกายของผู้คนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้



1. ภาพการแต่งกายแบบไทยผสมผสานกลุ่มชาติพันธุ์
ไทยลาวและไทยเขมร จังหวัดบุรีรัมย์

2. ภาพการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ญักกู จังหวัด
ชัยภูมิ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 2 ปี 2545)

3. ภาพการแต่งกายแบบนุ่งโจง เสื้อคอพวงมาลัยของชาว
ไทยโคราช (ภาพจาก สารคดี ฉบับนครราชสีมา)

4. ภาพการแต่งกายของผู้คนทั่วไปที่ผสมผสานทั้งแบบดั้งเดิม
และแบบสมัยใหม่ที่สวมเสื้อ จังหวัดศรีสะเกษ



4 ภาพการแต่งกายในโอกาสพิเศษของกลุ่มชาติพันธุ์เขมรและกวยสุรินทร์
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

5 ภาพการแต่งกายนุ่งโจงเสื้อคอพวงมาลัยของชาวไทย
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 11 ปี 2550)

4.2.1.4. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ผลการ

ศึกษาวิจัยพบว่าบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นอัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มคน ที่เป็นของจริงของแท้ดั้งเดิมประการหนึ่ง บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนเป็นอัตลักษณ์ที่สื่อแสดงควบคู่ไปกับภาษาและสำเนียงการพูดของกลุ่มคน คนในภาคอีสานตอนล่างมีบุคลิกลักษณะเฉพาะที่เป็นเสน่ห์แก่ผู้พบเห็นคือการมีน้ำใจ ความซื่อ และความร่าเริงสนุกสนาน บุคลิกลักษณะเหล่านี้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นอย่างแนบแน่น เชื่อมโยงและสอดคล้องกับประวัติศาสตร์และความเป็นมาของจังหวัด เช่นประวัติและวีรกรรมอันกล้าหาญของคุณหญิงโมหรือท้าวสุรนารี มีส่วนทำให้ลูกหลานย่าโมในปัจจุบัน ยึดมั่นและภาคภูมิใจในบุคลิกลักษณะของคนโคราชในเรื่องของเป็นคนจริง คนกล้า และคนมีน้ำใจ พูดคำไหนคำนั้น จะมีคำพูดติดปากของคนโคราช และคนทั่วไปว่า “คนโคราชบ้านเอ็งไม่ต้องเกรงใจกัน” หรือจังหวัดอุบลเมืองดอกบัว ดอกไม้ที่ใช้บูชาพระ ดอกไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของการเรียนรู้และการเป็นคนดีในทางพุทธศาสนา ก็สอดคล้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมประเพณีการแห่เทียนพรรษา ส่งผลให้ อัตลักษณ์เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะชาวอุบลเป็น อัตลักษณ์ของ ความดี คนดี และความมีธรรมเป็นต้น

ภาพประกอบที่ 4.3 ภาพแสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนของ
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้



- 1 , 2 ภาพบุคลิภาพของผู้คนทั่วไปในตัวเมืองบุรีรัมย์
3 , 5 ภาพบุคลิภาพที่ใส่ชื่อของเด็กในชนบทที่จังหวัดชัยภูมิ
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545)
4. ภาพแสดงบุคลิภาพของผู้คนทั่วไปในชนบทอีสาน
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545)

4.2.1.5. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทาง
ธรรมชาติของจังหวัด ผลการศึกษาวิจัยพบว่าจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้มีอัตลักษณ์ของแหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายตามสภาพภูมิประเทศ ที่มีทั้ง ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำธาร

ทุ่งหญ้าที่อุดมสมบูรณ์ และความแห้งแล้งที่สร้างความงามที่งดงามที่สมบูรณ์อีกรูปแบบหนึ่ง สภาพภูมิประเทศที่สมบูรณ์ในเรื่องของธรรมชาติได้แก่ ป่าบริเวณเทือกดงพญาเย็น จังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นพื้นที่มรดกโลก ประกอบไปด้วย ความงามจากธรรมชาติของภูเขา ป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร ดอกไม้ สัตว์ป่า และความงดงามจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเหล่านั้น นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมาที่เป็นพื้นที่ที่ติดต่อกับซีกตะวันออกของประเทศไทยแล้ว จังหวัดชัยภูมิ ยังมีพื้นที่ป่าไม้ ภูเขา และธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ระหว่างภาคเหนือและภาคอีสาน ซึ่งก็เป็นความงามอีกรูปแบบหนึ่ง จังหวัดบุรีรัมย์ มีป่าดงใหญ่ ที่เชื่อมโยงกับป่าดงพญาเย็น จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานีล้วนประกอบไปด้วยด้วยความงามจากธรรมชาติที่ได้จากเทือกเขาพนมดงรัก ทำให้ความสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ จากภูมิประเทศเหล่านี้ เกิดความงามที่ได้จากความสมบูรณ์ของ ภูเขา ของแม่น้ำลำธาร น้ำตก ดงอาทิตย์และปรากฏการณ์ที่ได้จากแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น ตามฤดูกาลที่หมุนเวียนไปในแต่ละปี

ภาพประกอบที่ 4.4 ภาพแสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้



1 ความสมบูรณ์ของป่าประเทศเพื่อบ้าน
เมื่อมอง จากภูหินด่าง จังหวัดอุบลราชธานี
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 2 ปี 2549)



2 ภาพครอบครัวโคลงช้างป่า ใน
วนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จังหวัดนครราชสีมา(ภาพจาก
อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2548)

ภาพประกอบที่ 4.4 (ต่อ)



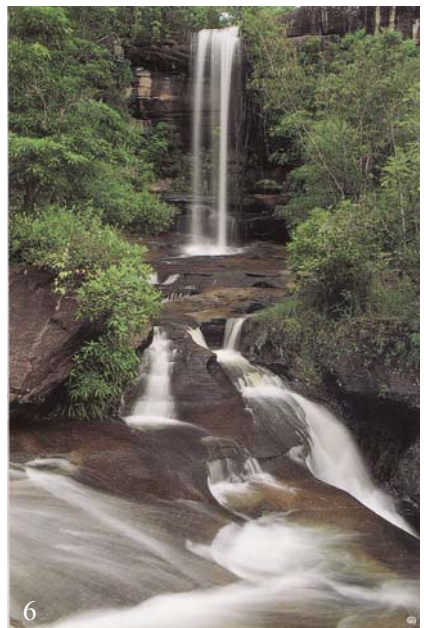
3



4



5



6



7



8

3 เสาสะเลียงที่ ลานหินผาแต้ม จังหวัด
อุบลราชธานี

(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

4 น้ำตกห้วยหลวงที่ภูของนายอยจังหวัด
อุบลราชธานี

(ภาพจาก อสท. ฉบับวันที่ 2 ปี 2549)

5.จุดชมวิวน้ำตกเหวนรกที่ อุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

(ภาพจาก อสท.ฉบับที่ 4 ปี 2548)

6.ที่บ้านเวินบึก แม่น้ำโขงไหลวน เป็น
แอ่งกว้าง เป็นแหล่งจับปลาที่อุดมสมบูรณ์
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 2 ปี 2549)

8. ลิงลมที่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัด
นครราชสีมา

(ภาพจาก อสท.ฉบับที่ 4 ปี 2548)

ภาพประกอบที่ 4.4 (ต่อ)



9. ไก่ฟ้าพญาลอ ที่ทางขึ้นยอดเขาเขียว
จังหวัดนครราชสีมา

(ภาพจาก อสท. ฉบับ 4 ปี 2548)

10. หินรูปร่างแปลกๆที่ ภูแล่นคาจังหวัด
ชัยภูมิ (ภาพจาก อสท.ฉบับที่ 2 ปี 2549)



11. จุดรวมแม่น้ำสองสาย สองสี ที่อำเภอ
โขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

(ภาพ อสท.ฉบับที่ 2 ปี 2549)

12. น้ำตกเล็กๆที่ภูของนายอย จังหวัด
อุบลราชธานี

(ภาพจาก อสท. ฉบับ 2 ปี 2549)



13. พระอาทิตย์ขึ้นแห่งแรกในประเทศไทยที่
อำเภอ โขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

4.2.1.6. **อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว** ผลการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทุกจังหวัดมีองค์ความรู้ที่น่าทึ่ง และมีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองไปตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เช่นองค์ความรู้จากโบราณสถานที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ จากปราสาทหินพิมาย ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเขาพระวิหาร ฯลฯ หรือองค์ความรู้ที่ได้จากกระบวนการผลิตผ้าพื้นบ้านที่มีกระจายอยู่ในทุกจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ เป็นองค์ความรู้ที่มีมิติทั้งทางด้านวัฒนธรรม มิติทางด้านสังคม และมิติทางด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ นักวิจัยยังพบว่า องค์ความรู้ที่มีอยู่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะ องค์ความรู้ดังกล่าวมีอยู่ในทุกๆ แหล่งท่องเที่ยว ทุกๆ กิจกรรม และทุกๆ เส้นทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สนับสนุนความเป็นตัวตน ที่เป็นความสุนทรีย์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้

ภาพประกอบที่ 4.5 ภาพแสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว

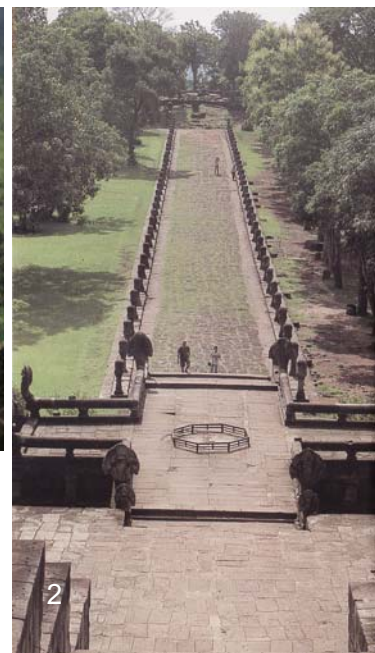


1 เขาพระวิหารจังหวัดศรีสะเกษ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

2 ทางขึ้นปราสาทพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ จะเห็นเสานางเรียงเป็นแถวอย่างสวยงาม

(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2546)

3 ปราสาทหินพิมายจังหวัดนครราชสีมา (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)



ภาพประกอบที่ 4.5 (ต่อ)



- 4 ปราสาทพนมรุ้ง บนเขาพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์
- 5 การมัดหมี่ การกรอผ้าและการทอผ้าของชาวอีสานได้ทั่วไป
- 6 กันตรึม ดนตรีพื้นบ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเขมร ที่อาศัยอาศัยอยู่บริเวณจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เมื่อฟังแล้วจะรู้สึกถึงความไพเราะกินใจอย่างประหลาด (4,5,6 ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

4.2.1.7. **อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง** ผลการศึกษาวิจัยพบว่าในแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง หลากหลาย และแตกต่างกันเป็นรายจังหวัด เช่นชัยภูมิ มีอัตลักษณ์ที่ได้จากพืชพรรณไม้พื้นเมืองที่ชัดเจนเช่นทุ่งดอกกระเจียวของจังหวัดชัยภูมิ อัตลักษณ์ที่เป็นพืชพรรณและผลไม้รสชาติดีทุกประเภทของจังหวัดนครราชสีมา อัตลักษณ์ที่เป็นความหอมรัญจวนใจของดอกลำดวนจากสวนสมเด็จพระศรีนครินจังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละจังหวัดก็มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเพียงพอที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ตามฤดูกาล

ตารางภาพประกอบที่ 4.6 ภาพแสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง



1,2 กล้วยไม้แดงอุบล และทำวชูลู ที่ภูจองนายอยจังหวัดอุบลราชธานี (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 2 ปี 2549)

3,5,6 ดอกลำดวน หอม กระเทียม พืชพันธุ์ไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดศรีสะเกษ

4 ดอกกระเจียว ดอกไม้จากดินที่มีความสวยงาม และมีสรรพคุณในเรื่องของอาหารที่เป็นยา มีอยู่ตามป่าขึ้นทั่วไปในภาคอีสาน

ตารางภาพที่ 4.6 (ต่อ)



7,8,9,10 พืชพันธุ์ไม้ที่สวยงามแปลกตา หลากหลายใน
ป่าที่

ภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2549)

11 ดอกเบญจมาศดอกไม้ที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

12 ดอกกระเจียวดอกไม้ที่เป็นจุดเด่น จุดขายของจังหวัด
ชัยภูมิ

ตารางภาพที่ 4.6 (ต่อ)



13. เห็ดตาโล่เป็นเห็ดกินได้ ผุดมาจากพื้นดินในป่าภูของนายอย จังหวัดอุบลราชธานี
14. ดอกเบญจมาศหลากสีที่ จังหวัดนครราชสีมา
15. พุ่มดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิให้ชมอย่างสวยงามท่ามกลางหมอกจากละอองฝน

4.2.1.8.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านมีอย่างชัดเจนในทุกจังหวัด อัตลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน บริบทดังกล่าวส่งเสริมให้ความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในกลุ่มของจังหวัดอีสานได้แตกต่างกันไป เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าของจังหวัดนครราชสีมา มีอัตลักษณ์ของความเป็นสากล ความทันสมัยอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์ผ้าของจังหวัดชัยภูมิมีความชัดเจนในเรื่องรูปลักษณ์ที่มีทั้งความทันสมัย และความเป็นพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ผ้าของจังหวัดบุรีรัมย์ แสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์และคุณภาพของเส้นใยจากชุมชนอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์ผ้าของจังหวัดสุรินทร์แสดงอัตลักษณ์ของความหรูหราและผ้าไหมในอุดมคติ ผลิตภัณฑ์ผ้าของจังหวัดอุบลแสดงอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับบุคลลักษณะของคนอุบลและความสามารถที่เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค (แบรนด) อย่างชัดเจนเป็นต้น

ภาพประกอบที่ 4.7 ภาพแสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน



1 ผ้ากาบบัว ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านขึ้นชื่อของจังหวัดอุบลราชธานี

2 , 4 ผ้าไหมยกดอกฝีมือปราณีต จังหวัดสุรินทร์

5 ผ้าไหมพื้นเรียบหลากหลายของจังหวัดนครราชสีมา

6 , 7 ผ้าพื้นบ้านหลายประเภทของชุมชนโคกเมือง อำเภอประโคนชัย
จังหวัดบุรีรัมย์

3 , 8 ผ้าพื้นบ้านจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อใช้นุ่งให้นักแสดงเป็นนางอัปสรเด็กๆ
ในการแสดงแสงสีเสียง งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง

4.2.1.9. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น เป็นภาพรวมของอาหารอีสานทั่วไป มีทุกจังหวัด เช่น ข้าวเหนียว ไก่ย่าง ส้มตำ ไข่กรอก ผัดหมี่ (ผัดไท) ต้ม หรือแกงจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ต้มไก่ ต้มเนื้อ ต้มปลาแม่น้ำ หรือปลาทุ่งกุลารั้ว แกงผักหวาน แกงเห็ด แกง ก้อยยั้งต้นกล้วย ปลีกล้วย และลูกกล้วย ทั้งหมด มีความเหมือนอยู่ที่องค์รวม แต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียดและรสชาติ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน จะไม่กินอาหารรสเปรี้ยว หวาน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเขมร จะกินอาหารรสออกหวาน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยโคราช จะมีความหวานมันกลมกล่อมกว่า เพราะฉะนั้น อาหารประเภทส้มตำเหมือนกันแต่รสชาติจะไม่เหมือนกัน อัตลักษณ์ในเรื่องอาหารของกลุ่มจังหวัดอีสานอยู่ได้ทั้งรสชาติ ที่เป็นไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ความแปลกใหม่ของวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ใช้เป็นเครื่องปรุง และคุณค่าเพื่อสุขภาพของอาหารท้องถิ่นเหล่านั้น อาหารบางชนิดเช่น ผัดหมี่ ส้มตำมีแนวโน้มว่าจะเป็นอัตลักษณ์ของประเทศไทยอีกด้วย ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดอย่างชัดเจน ก็จะสอดคล้องกับพืชพรรณ อาชีพ สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ที่ท้องถิ่นมีอยู่เช่น มะพร้าวเผา ปลาร้า ปลาจ่อม กุ้งจ่อม ไข่กรอกเนื้อ ไข่กรอกหมู ขนนางเล็ด ขนผักบัว ขนมะจีน เป็นต้น ว่ากันว่า นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวกินอาหารประเภทเดียวกัน ในทุกจังหวัดอีสานได้ โดยที่รสชาติของอาหารดังกล่าวจะไม่เหมือนกันเลย

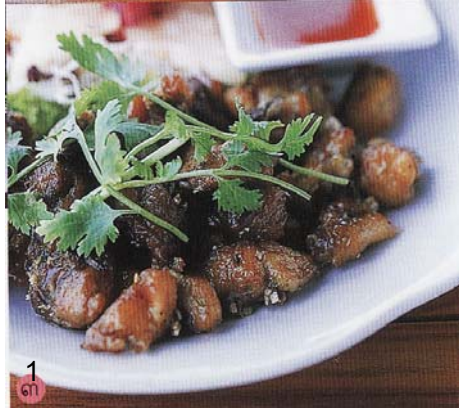
ภาพประกอบที่ 4.8 ภาพแสดง อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น



1 อาหารพื้นบ้านอีสานที่ทุกคนรู้จักดี ไก่ย่าง ข้าวเหนียว ส้มตำ ผัดหมี่

2 ส้มตำโคราช ใส่ทั้งถั่วลิสงและปลาร้า

ภาพประกอบ ที่ 4.8 (ต่อ)



1. แหนมกระดุกหมูอ่อนเคี้ยวเพลินๆ
กับข้าวเหนียว และส้มตำ
2. ปลาทอดกระเทียมอาหารปลา
แม่น้ำ ที่ริมฝั่งน้ำ ที่โขงเจียม จังหวัด
อุบลราชธานี
3. ไก่ย่างท่าช้าง จังหวัดนครราชสีมา
ไก่พื้นเมือง ย่างปรุงด้วยเครื่องปรุงรส
เฉพาะของจังหวัดนครราชสีมา
4. ลาบไข่มดแดงอาหารสูงหายากมี
ให้ชิมในบางฤดูกาลเท่านั้น
5. ผัดหมี่ อาหาร ที่งานบุญทุกงาน
ต้องมี กินได้ตั้งแต่เช้าถึงดึก

4.2.1.10. **อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น** ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สถาปัตยกรรมท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีความร่วมสมัยอยู่มาก รูปแบบของสถาปัตยกรรมไม่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่ชัดเจน แต่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนที่เปลี่ยนไปตามการเจริญเติบโตของประเทศ ทั้งทางด้านการศึกษา สังคม และเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามก็ค้นคว้าวิจัยพบว่ามีสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจหลงเหลืออยู่ แต่อยู่ในสภาพที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือเป็นที่พำนักชั่วคราว เช่นสถาปัตยกรรมบ้านเรือนที่สื่อแสดงถึงความเป็นอินโดจีนที่จังหวัดอุบลราชธานี สถาปัตยกรรมบ้านดินที่จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น สถาปัตยกรรมเหล่านี้สามารถเล่าเรื่องราวของอดีตและความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม คณะนักวิจัยพบว่าในทุกๆจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่างพยายามสร้างสถาปัตยกรรมที่เป็นสิ่งสาธารณะให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมตามวัฒนธรรมขอมโบราณ เพื่อสื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของสถาปัตยกรรมขอมโบราณที่ยิ่งใหญ่จากอดีตจนถึงปัจจุบันของกลุ่มจังหวัด โดยจะพบอย่างชัดเจนที่จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ

ภาพประกอบที่ 4.9 แสดงอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น



1. วัดสุปฏิณนารายบรรวิหาร วัดหลวงในเมืองอุบลราชธานี มีศิลปะไทย-จีน-ยุโรปที่เก่าแก่มาก (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545)

2. ที่จอดรถหน้าลอบบี้โรงแรมสมัยใหม่ ที่ใช้กลิ่นอายความงามของโคปุระ สถาปัตยกรรมขอมโบราณ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ภาพประกอบที่ 4.9 (ต่อ)



2



3



1. ประตูเมืองสถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่แสดงร่องรอยการสู้รบเพื่อให้ได้มายังอิสรภาพของท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา
2. สวนสาธารณะที่อนุสาวรีย์รัชกาลที่ 1 จังหวัดบุรีรัมย์ มีเสาโคมไฟที่ประยุกต์จากเสาทางขึ้นจากปราสาทเขาพนมรุ้ง
3. ศูนย์แสดงผ้าไหมบ้านเชียง จังหวัดชัยภูมิสถาปัตยกรรมอีสานสมัยใหม่
4. บ้านเรือนที่รกร้างแต่ยังคงศิลปะทางด้านสถาปัตยกรรม ไทย จีน ยุโรป อย่างสวยงามที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

4.3 สรุปผลการศึกษาตามคำถามงานวิจัยข้อที่ 1. ผลจากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเฉพาะที่เป็นไปตามการดำเนินชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมทางสังคม จัดประเภทได้เป็น 10 ประเภทคือ อัตลักษณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น อัตลักษณ์เกี่ยวกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่น อัตลักษณ์เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คน อัตลักษณ์เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของกลุ่มคน อัตลักษณ์เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อัตลักษณ์เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว อัตลักษณ์เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง อัตลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อัตลักษณ์เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น อัตลักษณ์เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

4.2.2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณะนักวิจัยใช้แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์การ การท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัด จาก นักท่องเที่ยวชาวไทย 433 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 102 คน ใน 6 จังหวัดอีสานใต้โดย ตั้งคำถามงานวิจัยว่า**ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด** ผลการวิจัยแสดงได้ตามการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยนักวิจัยวิเคราะห์ ข้อมูลดังต่อไปนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว กลุ่มอีสานใต้ จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 433 คน คณะนักวิจัยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตาราง ดังแสดงไว้ในภาคผนวก โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับ ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยว จากระดับการรับรู้ของประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่มีอยู่ 5 ระดับคือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก ดีมาด่าซาบซึ่งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก ตีตรา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อใน ระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชมคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนอง ในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จาก ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ส่วนที่ 3. วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแต่ละส่วน มีรายละเอียดดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

จากตารางที่ 1 ในภาคผนวก ข. พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 433 คน เป็นชายร้อยละ 39.5 เป็นหญิงร้อยละ 59.1 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.5 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างและมีรายได้ระหว่าง 5001 – 8000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.2 และ 35.8 และจากประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่าสองครั้งคิดเป็นร้อยละ 65.8 สำหรับการได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ และการใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมีสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.9 และ 56.4

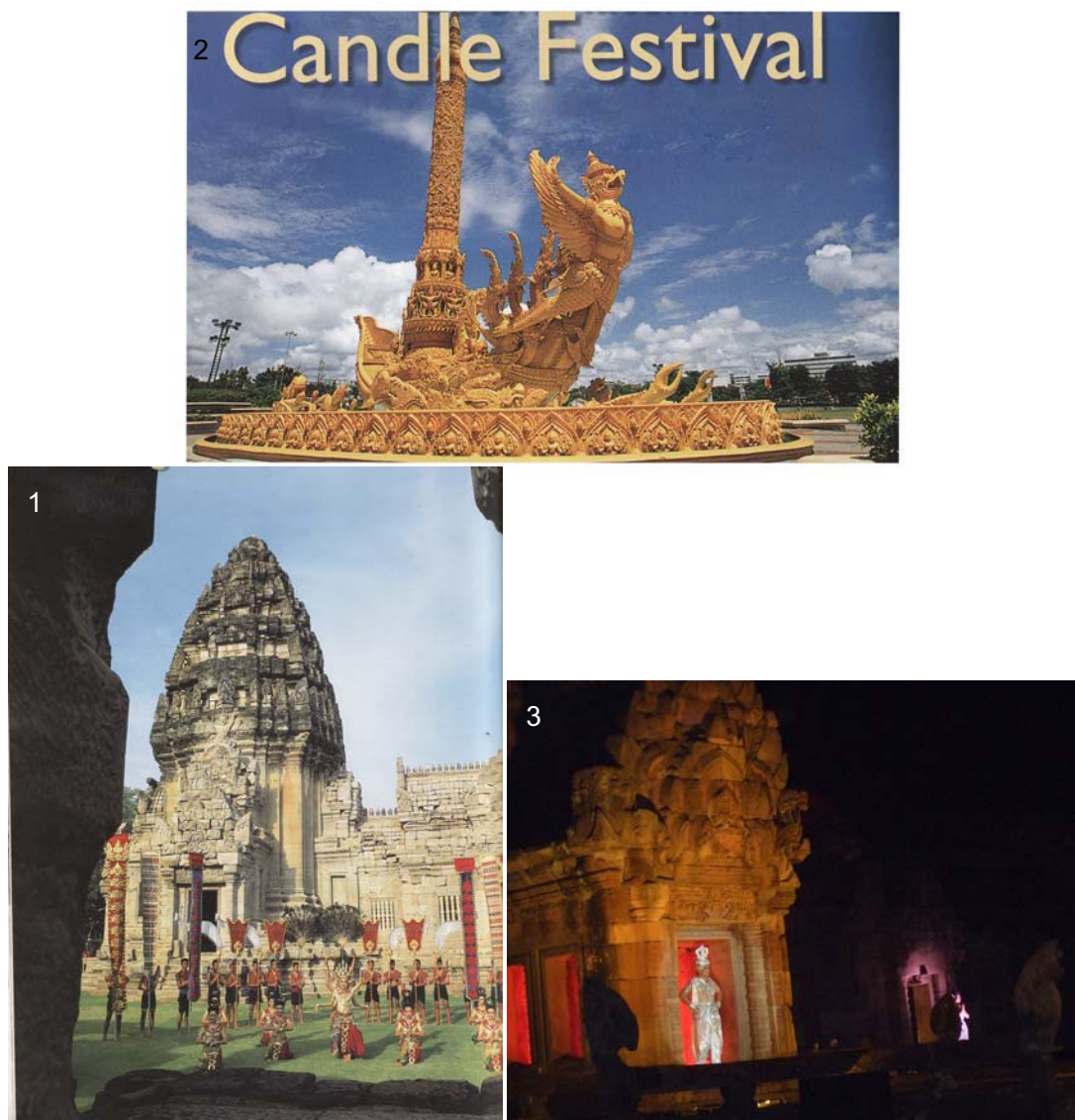
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2)

จากตารางที่ 2 ในภาคผนวก ข. แสดงจำนวน ร้อยละ และความสัมพันธ์ของระดับความมีสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด เมื่อวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรีศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดในแต่ละเรื่อง ตามคำถามงานวิจัยที่ตั้งไว้ว่าความมีสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด ผลการวิจัยพบว่า

เรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่าๆกัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 4. 10 ภาพแสดงผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่อง ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น



- 1 งานแสง สี เสียง ที่ปราสาท หินพิมายจังหวัดนครราชสีมา (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)
- 2 งานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545)
- 3 งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพประกอบที่ 4.10 (ต่อ)



1 ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งชมแสงอาทิตย์ลอดผ่านช่องประตูทั้ง 16 ช่องประตูที่ปราสาทพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

2 ขบวนแห่เทียนที่แกะสลักอย่างวิจิตรในงานแห่เทียนพรรษาในวันเข้าพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2545)

เรื่องความมั่งคั่งและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3

จังหวัดศีร์ษะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3

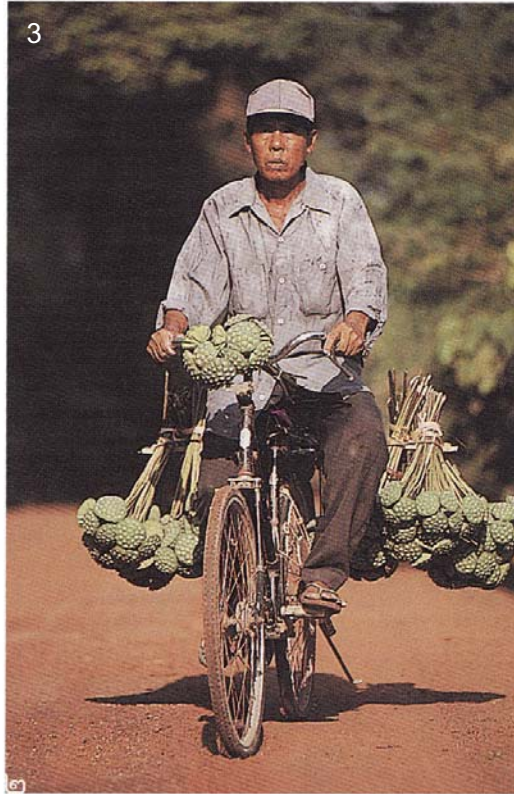
ภาพประกอบที่ 4. 11 ภาพแสดงผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์



1 การแต่งกายแบบนุ่งโจง แบบไทยโคราช (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

2 การแต่งกายของชาวไทยกวยจังหวัดศรีสะเกษ โดดเด่นด้วย “จิกโลนกะบลู” ที่สวยงาม

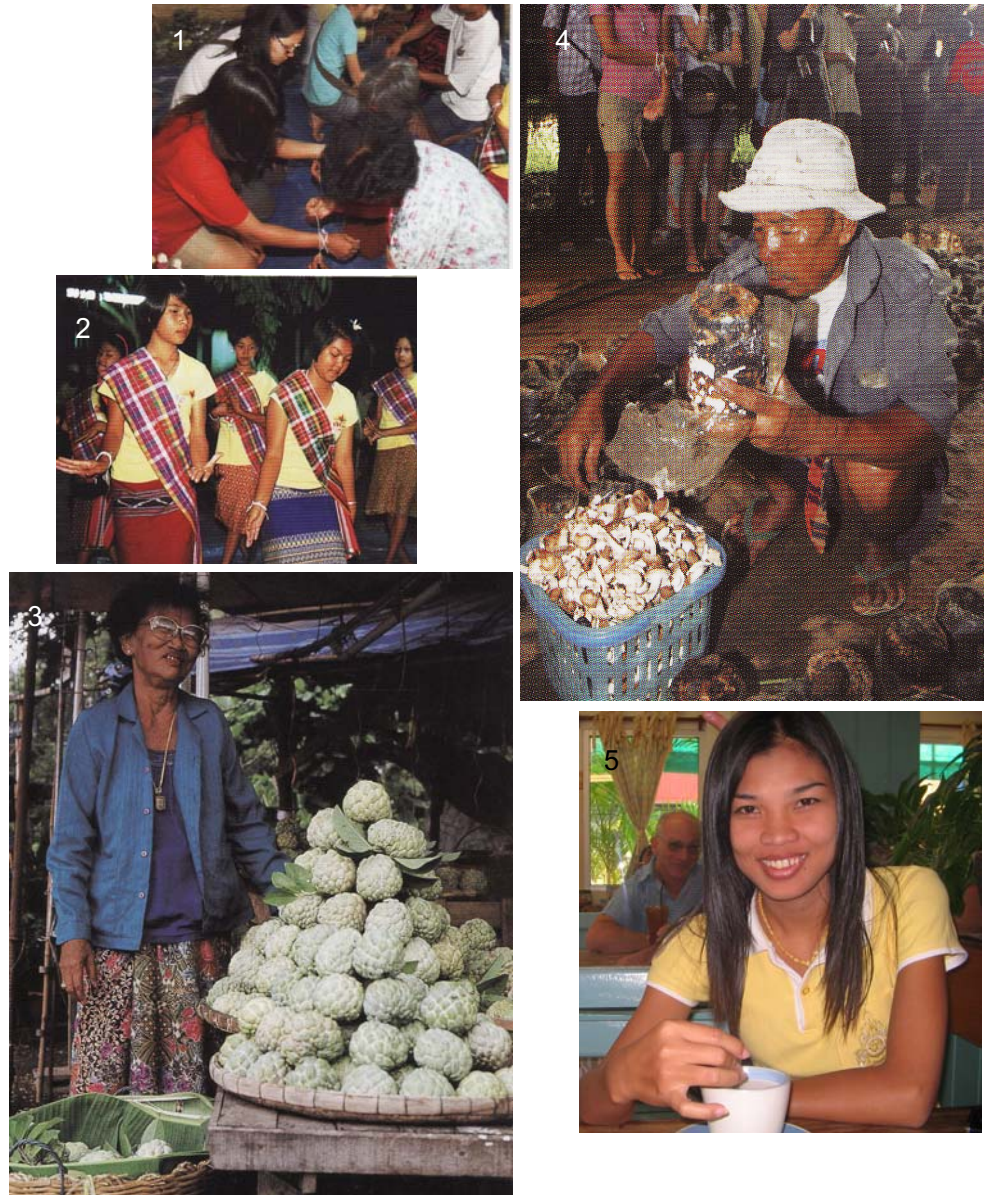
ภาพประกอบที่ 4.1 (ต่อ)



3. การแต่งกายที่เป็นสากลทั่วไปของสุภาพบุรุษคือ กางเกงและเสื้อเชิ้ต
4. การนุ่งโจงของชาวโคราช เชื่อกันว่าเป็นรูปแบบการนุ่งที่เป็นต้นกำเนิดของกางเกงที่ใช่นุ่งในปัจจุบัน
5. การแต่งกายในวิถีชีวิตประจำวันนุ่งผ้ามัดหมี่หางน้ำ

เรื่องความงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่าๆกัน และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ 3

ภาพประกอบที่ 4. 12 ภาพแสดงผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของ
ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน



1,2 การผูกแขนสู่ขวัญ และการแสดงต้อนรับผู้มาเยือน เล่นด้ายและสัมผัสจากมือพร้อมๆ
กับคำกล่าวต้อนรับที่อบอุ่นสร้างความไว้วางใจอย่างอบอุ่นจากผู้มาเยี่ยมอย่างไม่รู้ลืม
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 2 ปี 2550)

3 , 4 ภาพของพ่อค้าแม่ขายด้วยใบหน้าและรอยยิ้มที่แสดงถึงความมีมานะ อดทน และ
ความซื่อสัตย์ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)

5. รอยยิ้มที่จริงใจของคนอีสานที่เป็นความประทับใจของผู้พบเห็น

เรื่องความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่าๆกัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 4. 13 ภาพแสดงผลการศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด



1 ภาพความสมบูรณ์สวยงามของป่า อำเภอรังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

2 ความสวยงามของสายน้ำ เล็กๆในป่าเขาใหญ่

3,4,5 เห็ด พืชพันธุ์ที่แสดงถึงความสมบูรณ์ของดินน้ำและอากาศ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 11 ปี 2550)

ภาพประกอบที่ 4. 13 (ต่อ)



6 พุ่มดอกกระเจียวความสมบูรณ์ของ
ทุ่งหญ้าด้วยดอกไม้ป่าในหน้าฝน
(ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 12 ปี 2543)

7,8,10 หอยทากและดอกไม้หลากสี
แสดงถึงความสมบูรณ์ของแหล่ง
ท่องเที่ยวของป่าดงพญาเย็นจังหวัด
นครราชสีมา (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4
ปี 2548)

9. สัตว์ป่ามีให้เห็นทั่วไปที่ป่าเขาใหญ่
จังหวัดนครราชสีมา (ภาพจาก อสท.
ฉบับที่ 4 ปี 2544)

11. หญ้าหนวดแมวกับรูปทรงและสีสีน
ที่น่าสนใจ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี
2543)

ภาพประกอบที่ 4.13 (ต่อ)



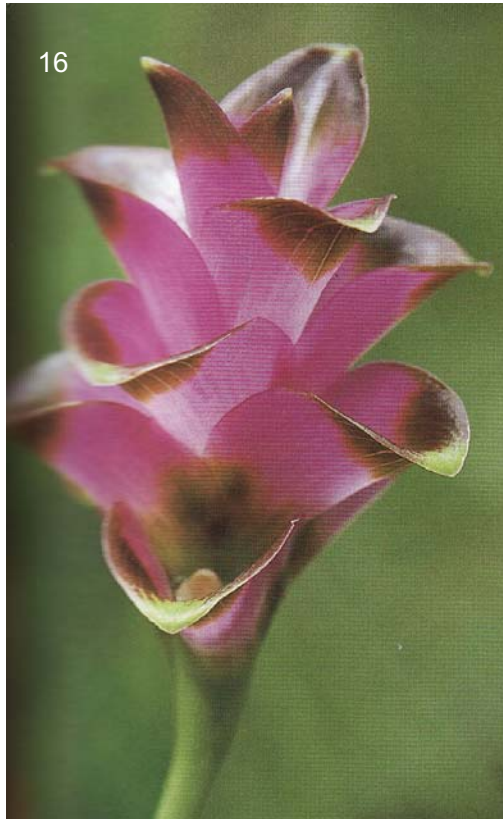
12. นมดำเลีย ไม้เลื้อยที่พบ
มากระหว่างทางเดินไปแก่ง
ศิลาทิพย์ ที่ภูจองนายอย
จังหวัดอุบลราชธานี

13. ลิ้นมังกร ออกดอกสีชมพู
สวยสดอยู่ริมห้วยหลวงช่วง
แก่งศิลาทิพย์ แก่งที่โดดเด่น
ด้วยภูมิลักษณะขนาดใหญ่ที่
สามารถลงไปแช่น้ำได้ที่
อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย
จังหวัดอุบลราชธานี

14. ดอกพุททังไม้ ในวงศ์รัก มี
อยู่ตามลานหินเป็นพุ่มๆ

15. เฟิร์นก้านดำ มักประดับ
ประดาอยู่ริมลำธาร
(12,13,14 และ15 ภาพจาก
อศท. ฉบับที่ 2 ปี 2549)

ภาพประกอบที่ 4.13 (ต่อ)



16. ทับทิมสยาม กระเจียวพันธุ์เล็ก

17. หยาดน้ำค้างมีใบที่พัฒนาเป็น
เครื่องมือจับแมลง

18. แววมยุรา ดอกไม้ในพื้นที่ชุ่มชื้น

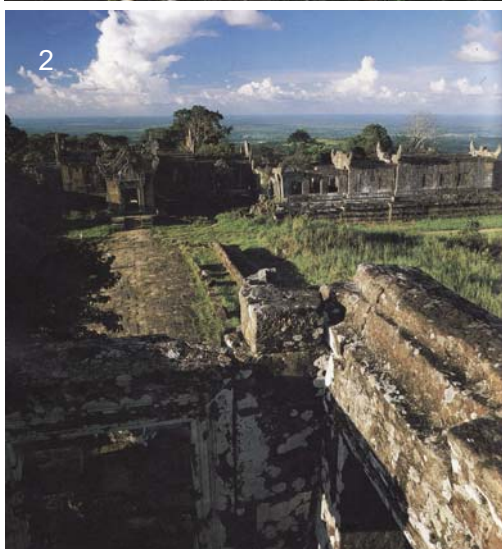
19. ฝ้ายป่าหรือชบาดินที่บานดอกเร็ว
มาก

20. ดอกหญ้าม่วงพีชหายาก

17,18,19,20 พรรณไม้ที่พบในวน
อุทยานแห่งชาติภูจองนายอยจังหวัด
อุบลราชธานี (ภาพจาก อสท. ฉบับที่
11 ปี 2549)

เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีความสัมพันธ์กับ จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 14. ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว



1,2 ความยิ่งใหญ่ของปราสาทเขาพระ
วิหารปราสาทขอมโบราณที่จังหวัด
ศรีสะเกษ

3 เอื้องแดงอุบลชูช่อสะดุดตา ที่เขา
พระวิหาร (ภาพที่ 1,2,3 จาก อสท.
ฉบับที่ 4 ปี 2543)

ภาพประกอบที่ 14. (ต่อ)

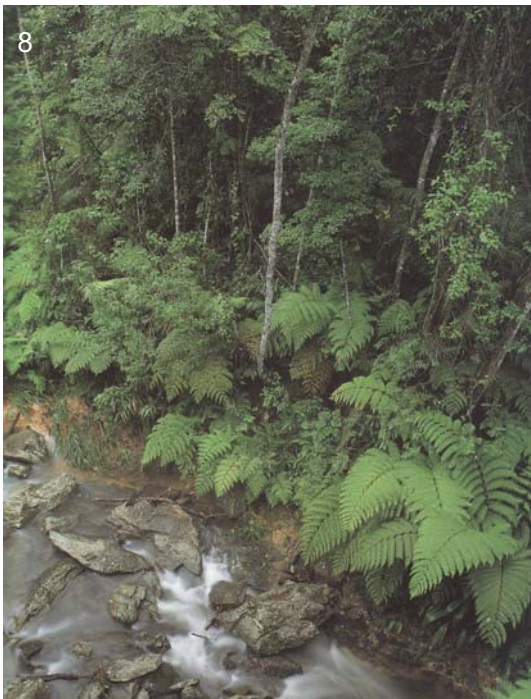
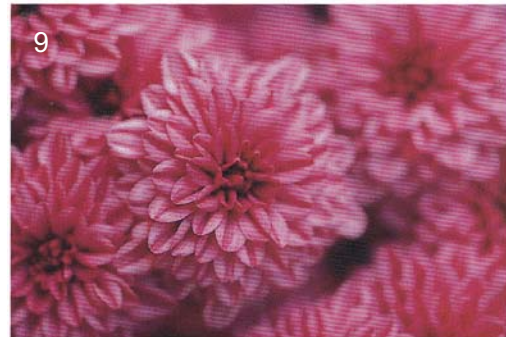


4. เขาพระวิหาร แดนวิมาน อุทยาน
สวรรค์ที่จังหวัดศรีสะเกษ

5 .น้ำตกถ้ำขุนศรีงาม งดงามด้วย
สายน้ำยามปลายฝนต้นหนาว บนน
ลานหินในเขตอุทยาน ตระการตา
ไปด้วยดอกไม้ป่านานาพรรณ

6 สายรุ้งเหนือป่าในเขตกัมพูชาเมื่อ
มองจากจุดชมวิวิทิวทัศน์ผามออีแดง
(ภาพ 4,5,6 จาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี
2543)

ภาพประกอบที่ 14. (ต่อ)



7. เส้นทางจักรยานบนป่าเขาใหญ่

จังหวัดนครราชสีมา

8. ป่าเฟิร์นริมธารคลองสมอปูน ก่อน
ไหลลงผาน้ำตกเหวนรก (ภาพจาก
อศท. ฉบับที่ 4 ปี 2548)

9,10 ดอกเบญจมาศหลากสีหลาย
พันธุ์อวดช่ออย่างงดงามที่วังน้ำเขียว
จังหวัดนครราชสีมา (ภาพจาก อศท.
ฉบับที่ 12 ปี 2550)

เรื่องความงาม คุณค่า และความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง พบว่ามีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่าๆกัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 15. ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องความงาม คุณค่า และความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง



1. เอื้องเหลืองพิศมร หรือเอื้องเหลืองศรีสะเกษเป็นกล้วยไม้ที่พบทั่วไปที่เขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ (ภาพจาก อสท. ฉบับที่ 4 ปี 2543)
2. สวนดอกเบญจมาศที่อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาสวนดอกไม้ที่สร้างรายได้จากการขายดอกไม้และจากการเข้าชมของนักท่องเที่ยว

ภาพประกอบที่ 15 (ต่อ)



3 , 5. หอมกระเทียมคุณภาพดีพืชพรรณ
ไม้ที่น่าสนใจของจังหวัดศรีสะเกษ
คุณค่าที่ไม่ได้มาจากความงามแต่ได้มา
ด้วยคุณภาพที่แท้จริง

4. เห็ดหลากหลายชนิดที่น่าสนใจแฝงตัว
อยู่ตามพื้นที่ชุ่มชื้นในป่าเขาใหญ่จังหวัด
นครราชสีมา

6. ดอกเบญจมาศพืชพรรณที่ทำให้
เกษตรกรมีรายได้ประจำ

ภาพประกอบที่ 15. (ต่อ)



1 , 2 ดอกเบญจมาศหลากสีหลาย
รูปทรงที่อำเภอวังน้ำเขียวจังหวัด
นครราชสีมา

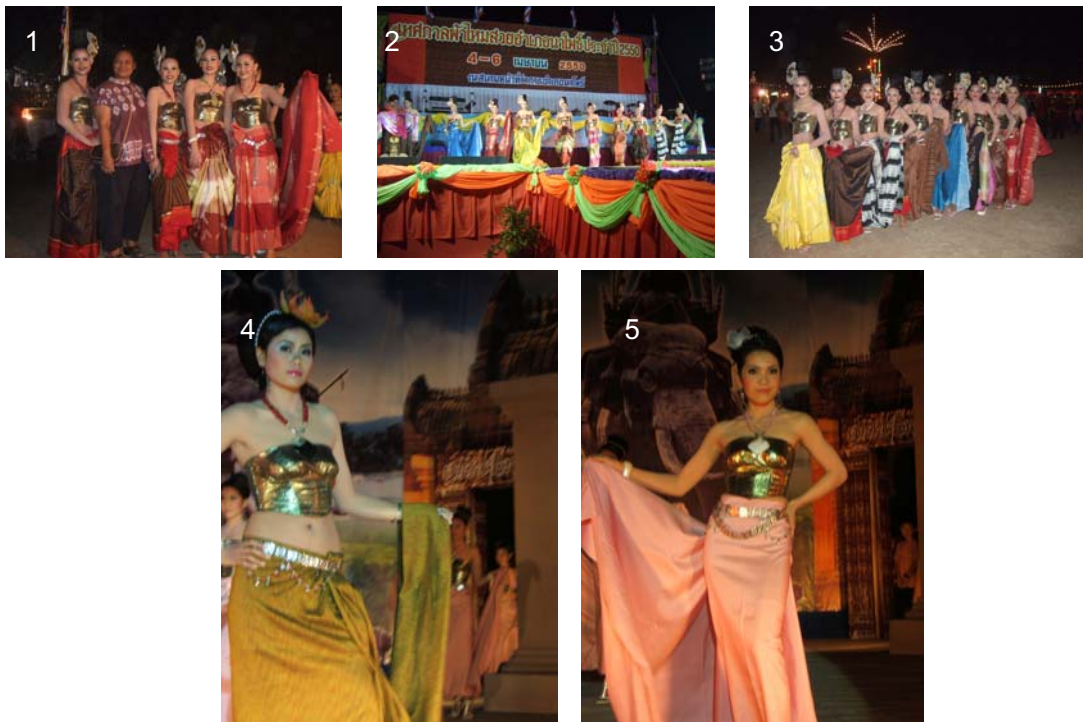
3. แก้วมังกร ผลไม้รสชาติดีสีสวยที่
อำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดด
นครราชสีมา

4. องุ่นสดก็มีให้กินได้ทั้งปีที่อำเภอวัง
น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

(ภาพ 1,2,3,4 จาก อสท. ฉบับที่ 12
ปี 2550)

เรื่องความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กับ จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่าๆกัน จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 16. ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่อง ความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน



1,2,3 ผ้านาโพธิ์ที่งดงามด้วยผ้าตีนแดงแบบดั้งเดิมและผ้ามัดหมี่ลวดลายสมัยใหม่ที่อำเภอ นาโพธิ์จังหวัดบุรีรัมย์

4 ผ้าหางกระรอก ผ้าไหมเนื้อดี ของชาวไทย เขมร อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์

5 ผ้าอัลลวยเขียมทรายชมพูผ้าที่ออกแบบเพื่อสื่อแสดงถึงความงามเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด บุรีรัมย์ ของเทศบาลเมืองบุรีรัมย์

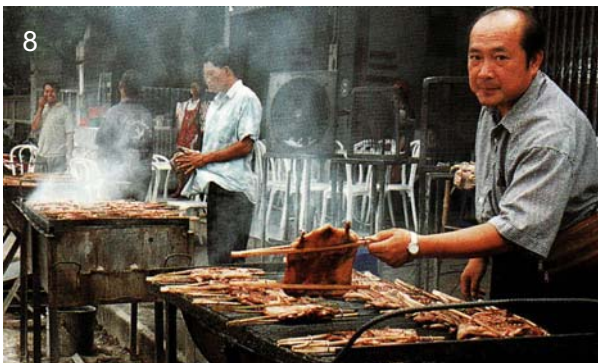
เรื่อง รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบว่ามีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 ระดับ 4 และระดับ 5 เท่าๆกัน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 17.ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่อง รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น



- 1 , 2 , 3 ไก่ย่าง ผัดหมี่ ส้มตำโคราช
อาหารพื้นบ้านของชาวอีสานใต้
4. ไก่ย่างอาหารขึ้นชื่อของโคราช
5. เห็ดละโงก หรือเห็ดโคนอาหารจากป่าที่
อุดมสมบูรณ์ในภาคอีสาน

ภาพประกอบที่ 17 (ต่อ)



6. การทำขนมจีนแบบพื้นบ้าน

จังหวัดนครราชสีมา

7,8 ไก่ย่างท่าช้าง ไก่ย่างที่ขึ้นชื่อ

ของจังหวัดนครราชสีมา

9. ชาวบ้านล้างพืชผักในธารน้ำ

ก่อนนำออกขาย

เรื่องความมั่งคั่งและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นพบว่ามีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ใน ระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณาารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 18. ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องความมั่งคั่งและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น



1. ภาพซุ้มประตู ความมั่งคั่งของสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัยจังหวัดนครราชสีมา
- 2 , 3 สถาปัตยกรรมผสมผสานที่มีกลิ่นอายของความเป็นอินโดจีนที่จังหวัดอุบลราชธานี
4. ความพยายามนำความมั่งคั่งของสถาปัตยกรรมขอมโบราณมาใช้ในยุคปัจจุบันที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
5. ความมั่งคั่งของบ้านไทยอีสานรูปทรงสมัยใหม่ที่ยังคงรูปลักษณะของหลังคาจั่ว
6. วัดศาลาลอยสถาปัตยกรรมดีเด่นของประเทศไทยที่จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง ที่ 3. ในภาคผนวก ข. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกๆเรื่อง จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีของ LSD ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 4 . ในภาคผนวก ก. พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เมื่อเปรียบเทียบเชิงซ้อนเป็นรายจังหวัด มีความแตกต่างกันรายคู่

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มอีสานใต้ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากประสบการณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 102 คน คณะนักวิจัยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตาราง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ที่มีอยู่ 5 ระดับคือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีค่าซึ่งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตา ต่อกใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสพการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสพการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ส่วนที่ 3. วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ จากตารางที่ 2.1.1 ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 102 คน เป็นชายร้อยละ 80.4 เป็นหญิงร้อยละ 19.6 มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้ 8,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.8 และ 53.9 และจากประสพการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่าสองครั้งคิดเป็นร้อยละ 49.0 สำหรับการได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.4 และ การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.4

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2)

จากตารางที่ 2.2.1. ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. คณะนักวิจัยวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดในแต่ละเรื่องพบว่า

เรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบว่าไม่ มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัด บุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 2 และ 4 เท่ากัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี การรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 ระดับ 4 และระดับ 5 เท่ากัน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี การรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการ รับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงตงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5

เรื่องความงตงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่าๆกัน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 5 เท่าๆกัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่าๆกัน และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงตงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง พบว่ามีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัด

ศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่าๆกัน

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2.3.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่อง ความงดงาม คุณค่าและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เรื่องความงดงามและน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน และ เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีของ LSD แสดงดังตาราง 2.3.2 ในภาคผนวก ก.

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test

จากตารางที่ 2.4 ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. พบว่า คนไทยและชาวต่างประเทศจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากอัตลักษณ์ของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

4.2.3 เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณะนักวิจัยเลือกใช้การจัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

จำนวน 30 คน จากหน่วยงานสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์การบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1-2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึงผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆบนทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า **แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทำได้อย่างไร**

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเห็นว่าเรื่องของความมีสุนทรียศาสตร์เกี่ยวข้องของความรู้สึก เป็นเรื่องใหม่ที่หน่วยงานของเขาเหล่านั้นยังไม่เคยมีการพูดถึงกันเลย ยังไม่ค่อยเข้าใจนักว่าเป็นเรื่องอะไร เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความรับผิดชอบของหน่วยงานของเขาอย่างไรบ้าง เมื่อคณะ วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สมาชิกประชุมจึงมีความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวว่าสามารถหาแนวทางจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของจังหวัดได้โดยแยกเป็นประเด็นไว้ดังนี้คือ

เรื่องของความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด เพื่อให้นำไปสู่การปฏิบัติตั้งแต่ระดับชุมชน เพื่อให้กิจกรรมที่เป็นประเพณีและวัฒนธรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นพร้อมๆกันในวันสำคัญที่กำหนด โดยอาจมีกิจกรรมอื่นๆที่สอดคล้อง เสริมสร้าง หรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมตามวัฒนธรรมประเพณีเหล่านั้นบ้าง ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมดังกล่าวทรงคุณค่าเช่นเดียวกับคุณค่าในความรู้สึกของผู้คนในท้องถิ่น

เรื่องของความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ที่ประชุมเห็นว่า จังหวัดควรรณรงค์ให้มีการพูดภาษาถิ่นของตนเองอย่างชัดเจนในกิจกรรมรูปแบบต่างๆโดยเฉพาะสถานศึกษา ส่วนคนไทยที่เป็นภรรยาชาวต่างชาติควรสนับสนุนให้พยายามสื่อสารกับสามีด้วยภาษาถิ่นของตนเอง แทนการพยายามพูดภาษาต่างชาติ นอกจากนั้น ยังเห็นว่าเพลงพื้นบ้าน เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่สนับสนุนให้มีการพูดภาษาถิ่นมากขึ้น

เรื่องของความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็น **ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์** สมาชิกที่ประชุมเห็นว่าการแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คน แต่การแต่งกายดังกล่าวยังมีการใช้บ้างในงานที่เป็นโอกาสพิเศษเท่านั้น จึงควรรณรงค์ให้คนรุ่นใหม่แต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากขึ้น โดยต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านให้สามารถประยุกต์ใช้กับรูปแบบเครื่อง

แต่งกายในยุคปัจจุบันได้ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการแต่งกายตามลักษณะกลุ่มชาติพันธุ์ อย่างน้อยก็ควร มีการแต่งกายรูปแบบนี้ในโอกาสพิเศษ

เรื่องของความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ในที่ ประชุมเห็นว่าควรช่วยกันรณรงค์ในเรื่องบุคลิกภาพที่เป็นความดี ความซื่อสัตย์ ความกล้าหาญ และความมีน้ำใจให้คงอยู่ และในขณะเดียวกัน บุคลิกภาพที่ไม่พึงประสงค์หรือบุคลิกภาพที่ไม่ งดงามตามแบบของคนไทยก็ไม่ควรเห็นด้วยกับบุคลิกภาพเหล่านั้น โดยเฉพาะโดยเฉพาะกับกลุ่ม คนที่ต้องเกี่ยวข้อง หรือใกล้ชิดกับชาวต่างชาติ

เรื่องของความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัด ที่ประชุมเห็นว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรกำหนดยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านั้นไปจนถึงในระดับพื้นที่คือองค์การบริหารส่วนตำบล ให้ ช่วยกัน ทำความเข้าใจให้เห็นความสำคัญในการดูแล อนุรักษ์ ส่งเสริม ซ่อมสร้างโดยควร กำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับคุณค่าและความงามที่จังหวัดมีอยู่อย่างเด่นชัด โดยยกกรณี ตัวอย่างเช่นจังหวัดชัยภูมิ ศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานีเป็นต้น

เรื่องของความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่ถูกต้อง จะช่วยสร้างความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวได้ โดยจะต้องประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างฉลาดและสม่ำเสมอ ควรให้ความสำคัญในการใช้มัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยวและการ ท่องเที่ยว ดังนั้นการอบรมมััคคุเทศก์ให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

เรื่องของความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง ที่ประชุม เห็นว่าควรพยายามหาจุดเด่นของพืชพรรณไม้ที่จังหวัดมีอยู่ อาจไม่ใช่พืชพรรณไม้ที่มีความ สวยงามแต่อย่างเดียว แต่ควรมองคุณค่าและความงามของพืชพรรณไม้ในประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ ด้วย ที่ประชุมได้ยกกรณีตัวอย่างเช่นจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งที่เป็นพื้นที่แห้งแล้ง แต่ก็มีพืชพรรณไม้ที่ น่าสนใจ คือหอมและกระเทียมที่มีคุณภาพดี ทั้งในแง่ของคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพ และคุณภาพที่ดี ในการเก็บรักษาเป็นต้น หรือแม้แต่จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีส้มโชกุนที่มีรสชาติดี แต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลายเป็นต้น ก็ควรให้การสนับสนุน หรือหาวิธีการทำให้ส้มโชกุนบุรีรัมย์เป็นที่สนใจของ นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปด้วย

เรื่องของความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ที่ประชุมเห็นว่าจังหวัด อุบลราชธานีเป็นตัวอย่างที่ดีในแง่ของการออกแบบผ้าที่สอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์จังหวัด อุบลราชธานี สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี และ

สามารถสร้างแบรนด์ ผักกาดบัวให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกระดับ จังหวัดอื่นๆควรนำไปเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าเหล่านั้นเกิดคุณค่าต่อการท่องเที่ยวทั้งในด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และด้านการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

เรื่องของรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า ในทุกจังหวัดควรพยายามคงรูปแบบ สูตร และรสชาติที่เป็นความดั้งเดิมไว้ โดยรสชาติอาจปรับปรุงให้ถูกลิ้นชาวต่างชาติบ้าง แต่ควรกำหนดว่าลักษณะที่ถูกต้องของอาหารดังกล่าวควรเป็นเช่นไร เช่น ผัดหมี่ควรเป็นอย่างไร ส้มตำควรเป็นอย่างไร โดยเฉพาะส้มตำ ควรมีการกำหนดความแตกต่างในความเหมือนของแต่ละจังหวัดให้ชัดเจน เช่น ถ้าจะกินส้มตำให้รู้ซึ่งถึงคุณค่าความเป็นส้มตำควรไปกินที่ภาคอีสานเป็นต้น นอกจากนี้ยังเห็นว่าควรหยิบอาหารประเภทส้มตำมาทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจไปทั่วโลกได้ และเห็นว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเหมาะที่สุดที่จะทำงานนี้

เรื่องของความงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า สำนักผังเมือง เทศบาล และองค์การบริหารส่วนจังหวัด น่าจะพิจารณาความคุณค่า ความงาม และมีสุนทรียศาสตร์ทางด้านสถาปัตยกรรมควบคู่ไปกับการวางผังเมือง หรือการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นสาธารณะทุกประเภท ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด กล่าวกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดนั้นๆ สถาปัตยกรรมที่มีอยู่ในตัวเมืองควรสื่อแสดงถึงบุคลิกของจังหวัดนั้นๆอย่างชัดเจน เรียกกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในเมืองแล้ว ควรสัมผัสได้ในอัตลักษณ์ของจังหวัดนั้นๆ ที่ประชุมยกตัวอย่างกรณี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดศรีสะเกษเป็นกรณีตัวอย่าง

4.3.4 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยนักวิจัยได้ตั้งคำถามสำหรับงานวิจัยว่า ยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำได้อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศกัมพูชา เรียกว่าเป็นบ้านพี่เมืองน้องกัน จากการประชุมกลุ่มย่อยโดยผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้อภิปรายกันว่า เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านดังกล่าว มีวัฒนธรรมประเพณีทั้งที่คล้ายคลึงกันในรูปแบบ และอาจแตกต่างกันบ้างในรายละเอียด แต่มีจุดประสงค์อย่างเดียวกัน คือเป็นวัฒนธรรมที่เป็นกลไกทางสังคม เพื่อที่จะทำให้นักในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขเสมอภาค มีความเคารพซึ่งกันและกัน บางอย่างอาจ

ต้องผ่านตัวแทน เช่นญาติ พี่น้อง หรือคุณงามความดีของบรรพบุรุษ บางอย่างอาจไม่ต้องฟังตัวแทน วัฒนธรรมชุมชนเหล่านั้นเป็นตัวตนของกลุ่มคนที่เป็นของแท้ เป็นสิ่งที่น่าค้นหา เป็นสิ่งที่น่าศึกษาเพื่อควมมีสุนทรียศาสตร์ของการใช้ชีวิตในสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นความมหัศจรรย์แห่งชีวิต บางกิจกรรมอาจให้คำตอบในพฤติกรรมที่คนในชุมชนปฏิบัติอยู่ ดังนั้นในที่ประชุมจึงเห็นพ้องกันโดยสรุปว่า การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในเทศกาลประจำที่ท้องถิ่นนั้นมีอยู่ น่าจะใช้เป็นยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้ความยั่งยืนได้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี โดยกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

ผลการวิจัยทั้งหมดสามารถสรุปตามคำถามงานวิจัยได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 4.1 แสดงการสรุปผลการวิจัย

คำถามข้อที่	ผลการวิจัยพบว่า
1. ความ เป็น อัต ลั ก ษ ณ์ ข อง ก ลุ่ ม จ ัง ห ว ด อี ส า น ไ ต่ มี ลักษณะเป็นเช่นไร	อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเฉพาะที่เป็นไปตามการดำเนินชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมทางสังคม มี 10 ประเภทคือ 1. อัตลักษณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น 2. อัตลักษณ์เกี่ยวกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่น 3. อัตลักษณ์เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คน 4. อัตลักษณ์เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของกลุ่มคน 5. อัตลักษณ์เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 6. อัตลักษณ์เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว 7. อัตลักษณ์เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง 8. อัตลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน 9. อัตลักษณ์เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น 10. อัตลักษณ์เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

คำถามข้อที่	ผลการวิจัยพบว่า
2. ความ มี สุนทรียศาสตร์ของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ อยู่ใน ระดับใด	นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว แตกต่าง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่ เป็นลักษณะเฉพาะของ กลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของ กลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ ธรรมชาติ คุณค่า และ ความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ จะมีระดับ ความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย
3. แนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยว ควร ทำ อย่างไร	การหาแนวทางในเรื่องของการจัดการเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดควร กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่
4. ยุทธศาสตร์พึงพา เสริมสร้าง ความ เข้มแข็งการพัฒนาและ จัดการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ ความ ยั่งยืน โดย เชื่อมโยงกับ กลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้านควร ทำอย่างไร	ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำ ได้โดยการควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านใน เทศกาลประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับ ประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

4.3 อภิปรายผล

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากความมีอัตลักษณ์ของจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นของแท้ เป็นของจริง จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามตัวตนของท้องถิ่นนั้นๆ ผลการวิจัยที่ได้มาข้างต้นสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้คือ

4.3.1 คำถามงานวิจัยข้อที่ 1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีลักษณะเป็นอย่างไร สามารถอภิปรายผลตามหมวดหมู่ของอัตลักษณ์ได้ดังนี้คือ

4.3.1.1 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของ อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จะมีวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อภิปรายผลได้ว่า วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของคนไทยอีสานนั้นผูกพันกับพิธีกรรมของผู้คนในท้องถิ่น และพิธีกรรมทางศาสนา เนื่องจากพิธีกรรมทางท้องถิ่นนั้น จะเกี่ยวเนื่อง และสอดคล้องกับสภาพเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำการเกษตร และความแห้งแล้ง สภาพทั่วไปของภาคอีสานจะมีความแห้งแล้งคล้ายกัน ดังนั้นในแทบทุกพื้นที่ จะประกอบพิธีกรรมเกี่ยวกับการขอฝนเพื่อให้สามารถทำการเกษตรได้ผลดี สำหรับพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ยิ่งเป็นเรื่องที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากที่สุด เพราะชาวอีสานส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ดังนั้นวัฒนธรรมและประเพณีการแห่เทียนพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีการบวชนาค ประเพณีการทอดกฐิน ประเพณีการทอดผ้าป่า ก็จะมีอยู่ในทุกๆจังหวัด และแม้ว่า พิธีกรรมหรือวัฒนธรรมบางอย่างอาจแตกต่างกันในเรื่องของ วาระ แต่ในรายละเอียดของการทำพิธีกรรมเหล่านั้นจะเป็นรูปแบบหรือวิธีการที่คล้ายๆกัน ทั้งนี้เนื่องจากความเป็นคนไทยอีสานที่มีความเคารพในเรื่องของผี เคารพในเรื่องบุญวาสนา เคารพในเรื่องความกตัญญู เคารพการเป็นผู้ใหญ่ผู้น้อย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้คนอีสานได้มีวัฒนธรรมและประเพณีที่คล้ายคลึงกัน เช่นในประเพณีของ ประเพณี ขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีการฉลองวันชัยชนะทำวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา หรือประเพณีบวงสรวงขุนภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ ก็จะมีโครงสร้างในการประกอบพิธีกรรม และจุดมุ่งหมายอันเดียวกันคือ การรำลึกถึงคุณงามความดีของบรรพบุรุษ ที่ได้ให้สิ่งดีงามแก่คนรุ่นหลัง สิ่งดีงามเหล่านี้เป็นคุณค่าและความงดงามทางสุนทรียศาสตร์ที่เกิดจากความงดงามของจิตใจผู้คน ก่อให้เกิดความงดงามที่เป็นสถาปัตยกรรม หรือแม้แต่กิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของตนเอง

4.3.1.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของ อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน สำเนียงภาษาของชาวอีสาน มีทั้งความเหมือน และความ

แตกต่าง อภิปรายผลได้ว่า ภาษาเป็นความงามของท่วงทำนองจากเสียง น้ำเสียง และจังหวะ จึงเป็นปรากฏการณ์ที่แม้ว่าผู้ฟังจะฟังไม่ออกหรือไม่รู้ความหมาย แต่ก็สามารถเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกได้จากสำเนียงพูดนั้นได้ เช่นเดียวกันกับการฟังเสียงดนตรี การฟังเสียงร้องของสัตว์เป็นต้น กล่าวกันว่าจากสภาพแวดล้อมของชาวอีสานที่เป็นที่แห้งแล้งทุรกันดารเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้ชาวอีสาน อดทน ใจดี และสามารถสร้างความสุขบนความทุกข์ยากได้อย่างดี ภาษาและน้ำเสียงเป็นสื่ออย่างหนึ่งสำหรับการบรรยาย ความสุข ความทุกข์ ความรื่นเริง ความใจดี ความมีอัธยาศัย เหล่านั้น บางครั้ง ภาษาอีสานด้วยสำเนียงที่ทอดโยนของชาวชัยภูมิและชาวอุบลราชธานีเป็นน้ำเสียงและสำเนียงที่ บ่งบอกถึงความอยู่เย็นเป็นสุข ในบรรยากาศที่เย็น ชื่น ขณะเดียวกัน ภาษาอีสานของชาวศรีสะเกษ ที่สั้นกระชับ จะบ่งบอกถึงความอดทน และมุ่งมั่นเพื่อฟันฝ่าอะไรบางอย่างในชีวิต บางคนใช้คำพูดง่ายว่า ฟังดูนุ่มนวล ฟังดูกระด้าง ฟังดูสนุกสนาน เป็นต้น

สำเนียงจากภาษา นอกจากจะใช้เป็นภาษาพูดทั่วไปแล้ว ยังมีการใช้เพื่อบ่งบอกว่าเป็นกิจกรรมพิเศษ เช่นการอ่านฉญา ถ้านักท่องเที่ยวได้เข้าฟังการร้องฉญาในเทศกาลบุญ บางคนอาจมีน้ำตาหรือโดยไม่ทราบสาเหตุ วิเคราะห์กันได้ว่า ท่วงทำนองและน้ำเสียงดังกล่าวทำ ให้เกิดความจับใจในน้ำเสียงเหล่านั้น

เพลง หรือกลอน หรือลำ หรืออื่นๆในประเภทเดียวกันนี้ ก็เป็นสำเนียงที่บ่งบอกอารมณ์ในเนื้อเพลงที่ต้องการสื่อได้เช่นกัน ผู้วิจัยพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลายคน ที่หลงใหลและชื่นชอบเพลงอีสาน ที่เรียกว่าหมอลำ กล่าวได้ว่าในพ.ศ.นี้ (2550)คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่านักร้องลูกทุ่งอีสานชายหญิงที่ชื่อ ไมค์ ภิรมย์พร และต่าย อรทัย เป็นนักร้องที่ร้องเพลงในเนื้อหาของผู้ใช้แรงงานได้กินใจที่สุด ถึงแม้ว่าผู้ฟังจะไม่เคยรู้รสชาติชีวิตของผู้ใช้แรงงานก็ตาม แต่เมื่อได้ยินเพลงเหล่านี้ ผู้ฟังจะรับรู้ถึงความรู้สึกทุกข์ยาก รู้สึกถึงการดิ้นรนต่อสู้ รู้สึกถึงความผูกพันที่มีต่อครอบครัว นั้นหมายความว่า นอกจากเนื้อเพลงที่มีเนื้อหาที่ดีแล้ว สำเนียงการร้องของนักร้องยังสามารถสื่อแสดงถึงความงดงามของการต่อสู้ชีวิตเหล่านั้นได้อีกด้วย

ดังนั้นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คนชาวอีสาน จึงมีกลิ่นอายของความมานะอดทน ความสนุกสนาน ร่าเริง ความซื่อสัตย์จริงใจ ซึ่งทั้งหมดเป็นเสน่ห์ของชาวอีสานที่ทำให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย

4.3.1.3. อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ การแต่งกายของชาวอีสาน สอดคล้องกับกิจกรรมการดำเนินงานในชีวิตประจำวัน ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ การนุ่งซิ่นที่มีลักษณะหลากหลาย เช่น การนุ่งซิ่นป้าย สั้น ที่ทอดจากฝ่าย ของชาวอีสานกลุ่มชาติพันธุ์ลาว เป็นผลมาจาก

อากาศที่หนาวเย็น และพื้นที่ทำกินที่เป็นทุ่งหญ้าสูง การออกแบบดินชั้นที่สวຍงามของชาวอีสานในกลุ่มชาติพันธุ์ ลาว เขมร และกวย มีความหมายถึงความมานะพยายามและความมั่งคั่งของจิตใจของกษัตริย์เหล่านั้น การนุ่งโจงกระเบนของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเดิม และชาติพันธุ์เขมร เป็นการนุ่งผ้าที่ได้รับวัฒนธรรมมาจากผ้านุ่งของเจ้านายฝ่ายใน และเป็นผ้านุ่งที่ใช้นุ่งเพื่อความกระฉับกระเฉงในการทำงานในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงวิธีการนุ่งจับจีบในการนุ่งขึ้นของชาวอีสานใต้ในแต่กลุ่มชาติพันธุ์เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายถึงความเป็นตัวตน สัญลักษณ์เหล่านี้เกิดจากการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และประโยชน์ในด้านความมั่งคั่งและความสุขทางด้านจิตใจที่ได้นุ่งผ้าที่สวຍงาม ที่มีสื่อสัญลักษณ์ที่ลงตัวกันอย่างเหมาะสม ดังจะเห็นได้ว่า เครื่องแต่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ของชาวอีสานได้ยังคงสื่อความหมายของการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ได้จนถึงปัจจุบัน ทั้งในเรื่องของรูปแบบในการแต่งกาย เนื้อผ้าที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกาย บทบาทของเครื่องแต่งกาย ลวดลายและสีสันทันที่ใช้ในเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

4.3.1.4 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน บุคลิกลักษณะของผู้คนเป็นการแสดงออกของตัวตนที่แท้จริงอย่างชัดเจน เราอาจได้ยินผู้คนพูดถึงตัวเองอย่างภูมิใจภูมิใจ เช่น “ผมเป็นคนเมืองเพชร” “ฉันเป็นคนโคราช” เป็นต้น คำกล่าวเหล่านี้ เป็นคำกล่าวที่เหมือนไม่ต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม เหมือนกับการละไว้ในฐานที่เข้าใจกันว่า คนในเมืองนั้นมีบุคลิกลักษณะเป็นเช่นไร โดยรวมแล้ว อีสานใต้เป็นใจดี อ่อนน้อมถ่อมตน ค่อนข้างซื่อสัตย์ มีมานะอดทน และสนุกสนาน บุคลิกเหล่านี้เกิดจากวิถีการดำเนินชีวิตของเขานั่นเอง ความเป็นคนใจดีอาจเนื่องมาจากความเข้าใจในเรื่องความทุกข์ยากและความลำบาก ประกอบกับวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอย่างเหนียวแน่น ก่อให้เกิดความเข้าใจในความลำบากของคนอื่นๆ และเห็นว่าควรให้ความอนุเคราะห์หรือช่วยเหลือตามความสามารถ และโดยเฉพาะผู้มาจากแดนไกล ชาวอีสานเห็นว่าผู้มาเยือนเป็นผู้ที่มีเกียรติและเป็นการให้เกียรติตนเอง ดังนั้นจึงแสดงความมีน้ำใจต่อผู้มาเยือนอย่างจริงใจและเป็นธรรมชาติ จึงเป็นบุคลิกเฉพาะตัวของคนอีสานที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเองอย่างแท้จริง

4.3.1.5 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด จังหวัดในอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัดมีเขตแดนกว้างขวาง มีภูมิประเทศทั้งที่แห้งแล้งและอุดมสมบูรณ์ อาจจะมีภูมิความสมบูรณ์น้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวในภาคอื่นๆ แต่ในบริบทเหล่านั้นก็เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว เป็นความงามที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่นความสมบูรณ์ของป่าดงพญาเย็นที่เขาใหญ่จังหวัดนครราชสีมา ความสวຍงามและอุดมสมบูรณ์ที่เหมาะสมกับการพักผ่อนของอำเภอด่านช้างน้ำเขียว ความสวຍงามที่น่ารัก

ของดงดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความสวยงามที่มีเสน่ห์ของดงดอกล่ำดวน จังหวัดศรีสะเกษ หรือแม้แต่ความสวยงามที่น่าหลงใหลของสายน้ำที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางเหล่านี้ มีรายละเอียดที่น่าสนใจอยู่อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความน่าสนใจของพืชพรรณไม้ ความน่ารักของสัตว์ และวิถีชีวิตของสัตว์ ความน่าสนใจของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์ ดวงดาว ดอกไม้ สายน้ำ ก้อนหิน ดินกรด เป็นต้น

4.3.1.6 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยว กับความรู้ที่ได้จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ต้องมีความคุ้นกันไป หรือต้องถือว่าเป็นเรื่องเดียวกัน เพราะนักท่องเที่ยวก็คือนักแสวงหาคนหนึ่ง การท่องเที่ยวไปโดยที่ไม่มีการศึกษาหาความรู้ หรือท่องเที่ยวไปโดยไม่รู้คุณค่าและความหมายเหล่านั้น เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เกิดสุนทรียภาพในการท่องเที่ยว ไม่น่าสนุก ไม่น่าตื่นเต้น การได้รับความรู้ทั้งก่อนและหลังจากไปท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่คุ้มค่าที่สุดในการท่องเที่ยว องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีอัตลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรมเป็นจุดเด่น ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ในเรื่องของสถาปัตยกรรมขอมโบราณที่มีกระจายกระจายไปทั่วทั้ง 6 จังหวัดเช่น ปราสาทหินพิมายในจังหวัดนครราชสีมา ปราสาทพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ และปราสาท ตามเส้นทางวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่กระจายกระจายไปทั่วทั้ง 6 จังหวัด องค์ความรู้ในเรื่องของประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งมีอยู่ทุกจังหวัดเช่นกัน สิ่งเหล่านี้สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และถ้าสามารถจัดการให้เกิดความมีสุนทรียภาพการท่องเที่ยวให้ถึงระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการแสวงหาความรู้ต่อให้กระจำจกใจ และค้นหาความหมายในปรากฏการณ์นั้นๆ จะเกิดผลดีแก่การท่องเที่ยวในระยะยาว และสร้างการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้

4.3.1.7 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยเรื่องในอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง อัตลักษณ์ของพืชพรรณไม้พื้นเมืองในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยรวมไปถึงสัตว์พื้นเมืองหรือสัตว์ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วย กลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้มีพืชพรรณไม้พื้นเมืองหลายอย่าง บางชนิดเป็นพืชพรรณไม้ที่ได้จากความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ บางชนิดเป็นพืชพรรณที่ได้จากความแห้งแล้ง บางชนิดเป็นอาหาร บางชนิดไม่ใช่อาหาร บางชนิดเป็นดอกไม้ บางชนิดพืชพรรณเพื่อที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความอุดมสมบูรณ์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป ที่เด่นๆก็คือ ความสวยงามของทุ่งดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความหลากหลายของพืชพรรณไม้และสัตว์ของเขาใหญ่ และความสวยงามที่หลากหลายของดอกเบญจมาศ จังหวัดนครราชสีมา ความหอมของดอกล่ำดวน และคุณภาพของ

หอมกระเทียม จังหวัดศรีสะเกษ ข้าวหอมมะลิ ข้าวและพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว จังหวัดสุรินทร์ พืชพรรณและสัตว์ที่เป็นอาหารที่ได้จากป่า เช่นเห็ด มดแดง ไข่มดแดง ผักหวานและอื่นๆ ของ และอุปถัมภ์นี้เป็นต้น พืชพรรณไม้เหล่านี้ เป็นทั้งอาหารการกินในระหว่างการท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์ที่น่าตรึงใจ และเป็นของฝากสำหรับผู้ที่ยังรอคอยการกลับมาจากการท่องเที่ยวด้วย

4.3.1.8 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผ้าพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ ที่เชื่อมโยงจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวอีสานในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ในแต่ละจังหวัดพยายามสร้างให้เกิดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาให้เป็นของฝาก หรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว แต่โดยบริบทของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านนั้น มีความเป็นอัตลักษณ์ด้วยตัวของตัวเองอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของกลุ่มชนนั้นๆ ผ้าพื้นบ้านในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสามารถบอกถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนนั้นๆ เช่นผ้ากระเหรี่ยง ผ้าคลุมไหล่แคชเมียร์ และผ้าไหมไทย เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถ้าต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแล้ว เรื่องของการศึกษาอัตลักษณ์ของผ้าพื้นของกลุ่มชนนั้นๆจึงเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างยิ่ง สำหรับในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีความโดดเด่นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไป เช่นผ้าฝ้ายกาบบัว จังหวัดอุบลที่โดดเด่นในการแสดงสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นเมืองดอกบัวของจังหวัดอุบล ผ้าไหมมัดหมี่สีสันถูกใจผู้บริโภคจังหวัดชัยภูมิ ผ้าไหมคุณภาพมาตรฐานด้วยดีไซด์ที่เป็นสากลของจังหวัดนครราชสีมา ผ้าไหมยกดอกฝีมือประณีต อลังการ ที่เป็นของฝากระดับแก่บุคคลระดับโลก จากจังหวัดสุรินทร์ และ ผ้าไหมที่แสดงความผสมผสานของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืนของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้น

4.3.1.9 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหาร

ท้องถิ่น อาหารการกินกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ต้องควบคู่กันไป อาหารอีสานเป็นอาหารคุณภาพดี ประกอบไปด้วยพืชผักและสมุนไพรที่หลากหลายตามที่มีในท้องถิ่น อาหารอีสานบางชนิดเช่นส้มตำ มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีอัตลักษณ์ในเรื่องของอาหารที่คล้ายคลึงกัน อาหารการกินเหล่านี้ก็เป็นไปตามอัตลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมความเป็นอยู่ พิธีกรรม พืชพรรณธัญญาหารที่มีอยู่ในพื้นที่ ตามฤดูกาลที่แตกต่างกันออกไป ที่โดดเด่น คือผัดหมี่ ไก่ย่าง ส้มตำ ขนมหุ้น ไส้กรอกอีสาน ซึ่งหากินได้ในทุกจังหวัด อาหารบางชนิด บางพื้นที่มีชื่อเสียงติดระดับประเทศมาช้านาน เช่น ไก่ย่างจักราช ไก่ย่าง

ท่าช้าง จังหวัดนครราชสีมา หมูยอ และปลาสามฝัก หรือเค็มบักนัด จังหวัดอุบลราชธานี ขาหมู นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ไก่ย่างไม้มะดัน จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น นอกจากนี้ในแต่ละท้องถิ่น ยังมีอาหารตามวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ได้ลองชิมอีกมากมาย

4.3.1.10 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สถาปัตยกรรมท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อาจไม่แสดงความเป็นอีสานอย่างชัดเจนนักในสถาปัตยกรรมของที่อยู่อาศัยของผู้คน เนื่องจากที่อยู่อาศัยจะมีลักษณะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต และสังคมของผู้คนในยุคปัจจุบัน แต่สถาปัตยกรรมที่เป็นสถานที่ราชการ สวนสาธารณะ หรือสถานที่ที่ใช้เป็นส่วนรวม จะมีลักษณะสอดคล้องไปตามสถาปัตยกรรมของกลุ่มวัฒนธรรมขอมโบราณ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การที่จะต้องสร้างบ้านเรือนหรือที่อยู่อาศัยที่สามารถแสดงความเป็นอีสานได้นั้นอาจมีรายละเอียดมากมาย ซึ่งอาจทำให้ต้องใช้งบประมาณที่มากกว่าปกติ ในขณะที่ผู้คนส่วนใหญ่ต้องระมัดระวังการใช้จ่ายเพื่อสิ่งก่อสร้างเหล่านี้ และเป็นไปได้ดีกว่า วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้คน ทำกิจวัตรประจำวัน เช่นเคยต้องเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้งาน หรือเป็นอาหารก็เปลี่ยนมีรถจักรยานยนต์หรือรถยนต์เพื่อไปจ่ายตลาดแทนรูปทรงและการจัดแบ่งสัดส่วนในการใช้พื้นที่ในบ้านก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่สำหรับหน่วยงานอื่นๆ ที่ต้องการสถานที่ที่ต้องการความเป็นตัวตนของตัวเองก็พยายามที่อนุรักษ์ รูปแบบหรืออย่างน้อยก็เป็นกลิ่นอายของสถาปัตยกรรมบ้านเรือนแบบดั้งเดิมไว้

4.3.2 คำถามงานวิจัยข้อที่ 2 ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด นักวิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมกรับรู้ของบลูม และคณะ (Bloom and other) วัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากคุณค่าและความงามที่ได้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นคุณค่าและความงามที่ได้จากความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนั้นๆ โดยอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

4.3.2.1 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 4 จังหวัดที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 5 ได้แก่จังหวัด บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และจังหวัดศรีสะเกษ

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับ 4 เช่นเดียวกัน ส่วนจังหวัดที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ที่อยู่ในระดับ 5 คือจังหวัด บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และชัยภูมิ

เมื่อพิจารณาทั้งสองส่วน สามารถอภิปรายผลได้ว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องของความงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกับ เรื่องราวและความสมบูรณ์ของสถาปัตยกรรมขอมโบราณ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความยิ่งใหญ่ของศาสนา หรือเรื่องราวและตำนานที่น่านับถือและน่าฟังของผู้คนในประวัติศาสตร์ เช่น ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีเล่าขานตำนานเมืองศรีโคตรบูรณ์ จังหวัดศรีสะเกษ และประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อพญาแล จังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่า ทั้งหมดน่าจะเกิดจากความรู้ หรือการรับรู้เรื่องราวเหล่านี้ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับก่อนการท่องเที่ยว อาจเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆที่มีอย่างต่อเนื่องตามโอกาส สถานที่ และระยะเวลาที่เหมาะสม โดยนักวิจัยได้ตั้งคำถามต่อผู้แทนวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัด และการท่องเที่ยวจากจังหวัดศรีสะเกษว่า เหตุใด จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยวไม่มากนัก แต่ทำไมจึงสามารถจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดให้เกิดความน่าสนใจ และอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวได้ คำตอบที่ได้คือ จังหวัดศรีสะเกษให้ความสำคัญต่อการมีมรดกเทศก์มาก เขาเห็นว่าการท่องเที่ยวจะเกิดสุนทรียศาสตร์ได้ นักท่องเที่ยวต้องได้รับความรู้ หรือความจริงในข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ

4.3.2.2 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับ 4 จังหวัดที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระดับ 4 มีจังหวัด 3 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ อภิปรายผลได้ว่า การใช้ภาษาของผู้คนในเมืองของจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์จะใช้ภาษาไทยเต็ม หรือไทยโคราชพูดกันเป็นส่วนใหญ่ การพูดจะพูดภาษาไทยสำเนียงเหนือเฉพาะตัว เช่น ถ้าต้องการพูดว่า “ให้เอาของขึ้นเล็กไปใส่ตู้เหล็ก” สำเนียงเหนือแบบไทยเต็มจะพูดว่า “ให้เอาของขึ้นเล็กไปใส่ตู้เล็ก” ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ถึงแม้การพูดภาษาไทยโคราชจะเหนือ แต่ก็ยังคงเป็นภาษาไทย จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั่วไปยังคงสื่อสารกันได้ หรือฟังแล้วเข้าใจ และการเหน้อยยังแสดงถึงความเป็นตัวตนอย่างชัดเจน สำหรับจังหวัดศรีสะเกษจะพูดภาษาไทยอีสาน (ลาว) สำเนียงกวย ถ้าฟังแต่สำเนียงแบบไม่เอาความ ต้องถือว่า สำเนียงการพูดภาษาอีสานของชาวศรีสะเกษน่าฟังยิ่ง เพราะมีจังหวะการพูดที่สั้นกระชั้นกระชั้น ไม่เหมือนกับภาษาอีสานในท้องถิ่น ที่มีสำเนียงอ่อนหวาน และมีจังหวะที่เนิบกว่า

ถ้าจะกล่าวว่า สำเนียงการพูดคือท่วงทำนองของดนตรี อารมณ์ในสำเนียงการพูดคือชีวิต จะพบว่า ภาษาอีสานเป็นภาษาที่มีสำเนียงบ่งบอกถึงชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ของชาวอีสานได้เป็นอย่างดี

สำหรับชาวต่างชาติ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบว่า โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ 4.เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังพบว่า สำเนียงการพูดของชาวจังหวัดอุบลราชธานีมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ที่ระดับ 5 แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนสำเนียงการพูดของชาวนครราชสีมามีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่าๆกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าชาวต่างชาติจำแนกสำเนียงการพูดไม่ได้ชัดเจนและละเอียดเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทย และไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยไหนๆก็แปลกหู และน่าสนใจสำหรับเขาอยู่แล้ว

4.3.2.3 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในของความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ที่ ระดับ 4 และการแต่งกายของชาวจังหวัดนครราชสีมามีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน การแต่งกายด้วยการนุ่งผ้าโจง โส้เสื้อคอพวงมาลัย รูปแบบการแต่งกายของชาวโคราชนี้ เราจะยังคงเห็นพ่อเพลง และแม่เพลงโคราชใช้นุ่งห่มในการแสดงเพลงโคราช ในงานทั่วไป และเพื่อให้ผู้คนที่ต้องการแก่นที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในที่อยู่ตั้งอยู่ในเมืองโคราช และเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวคุ้นตากับภาพการแต่งกายรูปแบบนี้ นอกจากนั้น ผ้าโจงและเสื้อคอพวงมาลัย ยังเป็นเครื่องแต่งกายที่แสดงความเป็นไทยโดยทั่วไป พบเห็นเสมอๆในการแสดง และในเทศกาลต่างๆ เช่นเทศกาลสงกรานต์ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่า ผ้าโจงและเสื้อคอพวงมาลัยนั้น เป็นชุดที่มีรูปแบบล้าลอง สวมใส่สบาย ใช้ได้กับผู้คนหลายรูปร่าง ใช้ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชายปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ให้เข้าการแต่งกายในชีวิตประจำวันได้ง่าย จึงทำให้เครื่องแต่งกายในรูปแบบของการนุ่งผ้าโจงโสร้อยคอพวงมาลัย เป็นการแต่งกายที่มีสามารถสร้างความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวมากที่สุด และที่ผลการวิจัยไม่มีจังหวัดได้ระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงถึงระดับ 5 ผู้วิจัยเห็นว่า เนื่องจากการเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเป็นแฟชั่น มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้คน และอาจเนื่องจากกว่ากลุ่มจังหวัดในอีสานใต้ไม่ได้นำเสนอ หรือค้นหาอัตลักษณ์การแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างจริงจัง จึงเป็นเหตุให้ไม่สามารถสร้างความรู้สึกในด้านสุนทรียศาสตร์ให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดนครราชสีมาีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 5 ผู้วิจัย อภิปรายผลได้ว่า การแต่งการด้วยรูปแบบการนุ่งผ้าโจง และสวมเสื้อพวงมาลัยของชาวนครราชสีมา และการนุ่งชิ้นป้าย สวมเสื้อแขนกระบอก นั้น เป็นเครื่องแต่งกาย ที่นักท่องเที่ยวพบเห็นได้ในเทศกาลงานประเพณี และวิถีชีวิตทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถปรับใช้ในวิถีชีวิตของตัวเองได้ง่าย เพราะเสื้อคอพวงมาลัยนั้น ก็มีรูปแบบเดียวกับเสื้อ ที่เชิดที่ชาวต่างชาติคุ้นเคย การนุ่งผ้าป้าย ก็มีรูปแบบกับการผ้าพันตัวทั่วไป ที่นักท่องเที่ยวใช้พันตัวเมื่อใส่ชุดว่ายน้ำเดินชายหาด หรือพันตัวเมื่อต้องการเปลี่ยนผ้าเช็ดตัวเพื่อเข้าห้องน้ำเป็นต้น นอกจากนี้ การแต่งกายดังกล่าวยังเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของความเป็นคนชาติใน หรือเผ่าพันธุ์อย่างชัดเจนอีกด้วย

4.3.2.4 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ ระดับ 3 จังหวัดนครราชสีมาีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุด คือระดับ 4 เรื่องของบุคลิกลักษณะ เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับจิตส่วนตัวของแต่ละคน ดังนั้นจึงพบว่า ระดับตัวเลขจะอยู่ที่ระดับปานกลาง เพราะการที่เราชอบบุคลิกใครสักคนนั้น เราก็เพียงเกิดความชื่นชม แต่เราก็ยังคงเป็นตัวของเราเอง และชื่นชมตัวเองในที่สุด แต่ถ้าจะให้ถึงว่าต้องเปลี่ยนไปให้เป็นสิ่งที่เราของทั้งตัว ทั้งวิญญาณเลยก็คงเป็นไปได้ยาก และก็คงไม่สอดคล้องกับจิตของแต่ละคนเช่นเดียวกัน สำหรับจังหวัดนครราชสีมา ที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 ก็สืบเนื่องจากว่า เมื่อเอ่ยถึงคำว่าคนโคราช จะมีคำพูดที่ติดปากคือ “คนโคราชบ้านเองไม่ต้องเกรงใจกัน” ซึ่งหมายความว่าคนโคราชเป็นคนจิตใจกว้างขวาง (สมัยก่อนเรียกใจนักเลง) มีน้ำใจ รักเพื่อนและพวกพ้อง ลักษณะนิสัยเหล่านี้เป็นเรื่องที่ใครๆก็อยากเป็นเช่นนั้น จึงทำให้บุคลิกภาพของคนโคราชเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวในระดับที่สูงทีเดียว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 5 จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอุบลราชธานี มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดที่ระดับ 5 บุคลิกลักษณะของชาวอีสานเป็นที่ต้องตาชาวต่างชาติอยู่แล้ว มีชาวต่างชาติจำนวนไม่น้อยมีภรรยาเป็นชาวอีสาน เพราะชื่นชมความงามแบบคนอีสาน ชื่นชมบุคลิกและนิสัยแบบคนอีสาน และคงเป็นเหตุผลเดียวกันที่สนับสนุนว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ติดตาต้องใจชาวอีสานได้ในระดับสูงสุด

4.3.2.5 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของ ความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 ใน

ประเด็นนี้ ทุกจังหวัดมีการรับรู้อยู่ในระดับที่ 4 ยกเว้น จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ทั้งนี้ เนื่องจากความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นป่าเขาใหญ่แห่งดงพญาเย็น ความสวยงามและความสบายของงดอกรไม้และบรรยากาศของอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา ความสวยงามของทุ่งดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความสมบูรณ์ของดงดอก ลำดวนของ จังหวัดศรีสะเกษ ล้วนแล้วแต่มีเรื่องราวที่น่าค้นหาอยู่มากมาย แต่ละแห่งก็ล้วนแต่มี เรื่องราวเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4. เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดอุบลราชธานีมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์จากการ รับรู้ที่ระดับ 5 มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ก่อนที่ไปเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่งมักจะศึกษารายละเอียดจากข้อมูล ต่างๆก่อน ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวดำเนินไปด้วยความสุนทรีย์

4.3.2.6 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความ น่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมี สุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดศรีสะเกษ อยู่ที่ระดับ 5 นักวิจัยมองออกเป็น 2 ประเด็นคือ ประเด็นที่ 1 จังหวัดศรีสะเกษ ให้ความสำคัญกับองค์ความรู้ และการจัดการองค์ความรู้ เหล่านั้นให้นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และอีกประเด็นหนึ่ง จังหวัดศรี สะเกษเป็นที่ตั้งของปราสาทเขาพระวิหาร ซึ่งมีเรื่องราวที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ประวัติศาสตร์ เรื่องราวของความยิ่งใหญ่ที่เชื่อมโยงไปยังปราสาทในวัฒนธรรมขอมจากประเทศ เพื่อนบ้าน เรื่องราวความขัดแย้งทางการเมือง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพยายาม หาคำตอบจากการท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพื่อการพักผ่อน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 4 จังหวัด อุบลราชธานีอยู่ที่ระดับ 5 นักวิจัยอภิปรายได้ว่าองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด อุบลราชธานี น่าจะสอดคล้องกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงดงาม คุณค่า และ ความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ของประเพณีพระราชจังหวัด อุบลราชธานี และรวมทั้ง อุบลราชธานียังมีเรื่องราวหลักฐานของมนุษย์ในยุคดึกดำบรรพ์ที่ ผาแต้ม เรื่องราวเกี่ยวกับแม่น้ำสองสาย เรื่องราวเกี่ยวกับการมองเห็นพระอาทิตย์ขึ้นเป็นแห่ง แรกในประเทศไทย เรื่องราวเหล่านี้ น่าจะได้รับการจัดการอย่างดีสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความมีสุนทรียศาสตร์ในระดับสูง

4.3.2.7 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงาม

คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ระดับ 4. จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดศรีสะเกษ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดที่ ระดับ 4 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถอภิปรายผลได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เป็นป่าที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียงในระดับโลกในบริเวณที่เรียกว่าดงพญาเย็น ป่าที่อุดมสมบูรณ์เช่นนี้เป็นแหล่งกำเนิดของพืชพรรณที่หลากหลาย ธรรมชาติที่สวยงามสมบูรณ์ สัตว์ป่ามากมายให้นักท่องเที่ยวได้ดูอย่างเพลิดเพลิน การเที่ยวป่านั้นได้รับรสสัมผัสหลายอย่าง ทั้งตาดูสิ่งที่น่าสนใจ หูฟังเสียงที่ไม่ปรุงแต่ง การเงี่ยหูฟังเสียงนกหรือสัตว์ต่างๆ นอกจากจะเกิดความรื่นหูแล้ว เสียงเหล่านั้นยังก่อให้เกิดสมาธิ บรรยากาศที่สร้างสมาธิด้วยความสุขเช่นนี้ หาได้จากการเที่ยวป่า นอกจากนี้ ยังได้รับความตื่นเต้นกับการได้ประสบการณ์แปลกๆ เหล่านี้เป็นเสน่ห์ของป่าทั้งสิ้น ถ้าเราอยากทราบว่า ป่าสมบูรณ์ให้ความสุขการเราอย่างไร ก็ลองเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกโต๊ะอาหาร หรือร้านอาหารดู จะเห็นว่าผู้คนชอบที่เลือกร้านอาหารที่ใกล้ชิดธรรมชาติ ดังนั้นป่าจึงสร้างอารมณ์สุนทรีย์ให้เกิดขึ้นในใจของผู้คนได้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับจังหวัดศรีสะเกษนั้น พืชพรรณที่น่าสนใจคือ ดอกลำดวน และดอกลำดวน หอมกระเทียม คุณภาพดี นักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงความงดงามของดอกลำดวนโดยผูกพันกับความหอม เรียกได้ว่าเมื่อพูดถึงคำว่า “ดอกลำดวน” ก็มักจะต่อท้ายด้วยว่า “กลิ่นหอมฟุ้ง” ตามมา กลิ่นหอมเหล่านี้สร้างความสุนทรีย์ หรือสัมผัสของความมีสุนทรีย์อย่างลึกซึ้งตามจินตนาการของบุคคลเหล่านั้น เรื่องของกลิ่นหอม เป็นเรื่องของความจูงใจ เรียกว่า เพียงได้กลิ่นสักครั้งหนึ่ง ก็จำไว้ในใจอีกนานเท่านาน นับเป็นความชาญฉลาดของจังหวัดศรีสะเกษ ที่เลือกสร้างดอกลำดวนให้อยู่ในใจของผู้คน

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นเดียวกัน จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ที่ระดับ 5. อภิปรายผลได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบไปด้วยภูเขา ต้นไม้ ต้นน้ำ ลำธาร น้อยใหญ่ เป็นองค์ประกอบที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์แล้ว ยังมีปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่นภาพของแม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกัน ทำให้เกิดแหล่งอาหารประเภทปลาน้ำจืดหลากหลายชนิดอย่าง

อุดมสมบูรณ์ หรือการได้เฝ้าดูพระอาทิตย์ขึ้นที่เมืองไทยก่อนใครๆ มีดอกไม้ป่า กล้วยไม้ป่าที่สวยงามอย่างเฉพาะ ภาพเขียนสีโบราณ ที่ผาแต้ม ก็เป็นภาพที่สวยงามและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ จังหวัดอุบลราชธานี จึงสวยงามด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่แพ้จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ หรือที่อื่นๆอีกเช่นกัน

4.3.2.8 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เรื่องความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ที่ระดับ 5 อภิปรายผลได้ว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีปัจจัยที่สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความมีสุนทรียศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว อยู่หลายประการด้วยกันคือ ประการที่ 1. บุรีรัมย์มีพื้นที่ที่แห้งแล้ง และทำการการเกษตรไม่ได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะที่อำเภอนาโพธิ์ ชาวบ้านจึงมุ่งมั่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเพื่อให้สามารถมีรายได้เลี้ยงครอบครัวตลอดทั้งปี ประการที่ 2. บุรีรัมย์มีพื้นที่ชายแดนประเทศกัมพูชา ที่เหมาะกับการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมคุณภาพดี ประชาชนตามตะเข็บชายแดนเหล่านี้ ได้รับการดูแลในเรื่องประกอบอาชีพเกษตรกรรมการผลิตเส้นไหมพันธุ์ไทยลูกผสมส่งศูนย์ศิลปาชีพในราคาที่สูง ตามยุทธศาสตร์การป้องกันแนวตะเข็บชายแดนของประเทศ ประการที่ 3 บุรีรัมย์มีกลุ่มชาติพันธุ์ ไทย ลาว เขมร กวย ที่มีฝีมือในการทอผ้าอย่างยอดเยี่ยม ประการที่ 4. ผ้าไหมบุรีรัมย์ทอจากเส้นไหมพันธุ์ไทย และพันธุ์ไทยลูกผสม ที่ได้รับการรับรองและการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์นกยูงของศูนย์ศิลปาชีพ ประการที่ 5

ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ส่งผลให้ผ้าบุรีรัมย์ เป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างชัดเจน เช่น ผ้าหางกระรอกของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยโคราช และเขมร เป็นผ้าหางกระรอกที่มีเนื้อดีที่สุดประเภทหนึ่ง ผ้ามัดหมี่ตีนแดง หรือเรียกกันสั้นๆว่าผ้าตีนแดง เป็นผ้าที่เกิดจากการเลื้อนไหลและผสมผสานวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ลาว และกวยอย่างโดดเด่น ซึ่งได้รับการสนับสนุนให้เป็นผ้าประจำจังหวัดมาระยะหนึ่ง และผ้าอัลลวยเขียมหลายชมพู เป็นผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร ที่จังหวัดบุรีรัมย์สนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นผ้าที่สื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ดินแดนแห่งวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่สอดคล้องกับความงามของปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทหินทรายชมพูที่สวยงามไม่แพ้ใครในโลก ทั้งหมดส่งให้ผ้าบุรีรัมย์เป็นผ้าที่มีคุณค่าและความงามทางสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวมากที่สุดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 5 จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอุบลราชธานี การรับรู้อยู่ในระดับ 5 เมื่อพิจารณาแล้ว อภิปรายผลได้ว่า จังหวัดอุบลราชธานี มีผ้าชนิดหนึ่ง ชื่อผ้ากบับัว เป็นผ้าที่ออกแบบด้วยแนวคิดที่ดีเลิศ กล่าวคือผู้ออกแบบได้ใช้ลายริ้วเล็กๆ ที่กลีบบัวหลวง ดอกไม้ที่พ้องชื่อกับจังหวัดอุบลราชธานี เป็นแรงบันดาลใจ จากนั้นไล่ลดลวดลายด้วยเทคนิควิธีจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวอุบล ทอทั้งจากใยฝ้ายและใยไหม หน่วยงานต่างๆ ช่วยกันสนับสนุน ผ้ากบับัวที่ทอด้วยฝ้าย มีความสวยงาม ราคาเหมาะสม จึงทำให้ผ้ากบับัวเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปได้ไม่ยากนัก

4.3.2.9 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของรสชาติ

คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ที่ระดับ 5 เมื่อพิจารณาแล้ว อภิปรายผลได้ว่า อาหารอีสาน ประเภท ส้มตำ ไก่ย่าง ผัดหมี่ เป็นอาหาร ที่ติดปากคนไทยคนไทยทั่วไป ปัจจุบัน ส้มตำยังถือเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากประกอบได้ด้วยผักและผลไม้หลากหลายชนิด ไขมันต่ำ คนอีสานใช้พืชผักหลายชนิดทำเป็นส้มตำได้ เช่น กุ้ง ลูกยอ กระเทียม สับปะรด ปลีกล้วย ลูกตะโก แทบจะเรียกได้ว่า พืชผักไหนที่กินได้ ก็สามารถ นำมาทำส้มตำได้หมด

ส้มตำ เป็นอาหารประเภทยำ หรือสลัด จึงทำให้กินได้ไม่รู้เบื่อ นอกจากนี้ ส้มตำยังสามารถแสดงอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นได้ กล่าวกันว่า ถ้าจะกินส้มตำให้ได้รสชาติของส้มตำ ต้องมากินที่ ภาคอีสาน จึงจะรู้ว่าส้มตำที่อร่อยนั้นมีลักษณะเป็นเช่นไร จังหวัด บุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ มีเครื่องปรุง หน้าตา และรสชาติของส้มตำแตกต่างกันไป ส้มตำบุรีรัมย์ มีเครื่องเคราค่อนข้างมาก คล้ายคลึงกันกับส้มตำโคราช คือใส่ทั้งถั่วลิสง เหมือนส้มตำภาคกลาง และใส่ปลาร้าเช่นเดียวกับส้มตำภาคอีสาน ส้มตำสุรินทร์ จะมีเครื่องเคราประเภทเครื่องเทศ เช่น ขิงสด ใบยี่หระ หรือผักชีฝรั่ง ใบหอม เป็นต้น ใส่ลงไปนึ่งส้มตำด้วย และนิยมใช้ปลาร้าจ่อม ปลาร้าตัวเล็ก หรือน้ำปลาร้ามากกว่าการใส่ปลาร้าตัวโตๆ

ส่วนไก่ย่าง ไก่ย่างบุรีรัมย์จะคล้ายคลึงกันกับไก่ย่างโคราช คือนิยมใช้ไก่บ้าน เครื่องปรุงจะใช้เป็นเครื่องพะโล้ และเครื่องยาจีน ต้มตุ๋นจนได้ที่ เมื่อย่างไก่ให้ผิวชั้นนอกสุกกระดับหนึ่งขณะที่เนื้อไก่เริ่มขยายตัว จึงนำไก่ทั้งชิ้นแช่ในน้ำปรุงนั้น เนื้อไก่ร้อนๆ จะดูดน้ำเครื่องปรุงเข้าไปในเนื้อ อย่างอีกครั้งด้วยไฟที่อ่อนลง เนื้อไก่จะพูนฟู วิธีการย่างไก่เหล่านี้ เป็นสูตรที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ถ้าเป็นชาวบ้าน นิยมโรยเกลือบางๆ เนื้อไก่จะกระด้างเล็กน้อย ว่ากันว่า อร่อยกว่าไก่ย่างในภัตตาคารที่มีสูตรเดียวกันทั่วโลกมากมายนัก อัตลักษณ์เหล่านี้ คือคุณค่าที่สร้างระดับ

ความมีสุนทรีย์ในการกินอาหารของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง สำหรับการสร้างความมีสุนทรีย์ศาสตร์ในอาหารผู้วิจัยเห็นด้วยกับอาหาร ที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งน่าสนใจว่าอาหารประเภทเดียวทั่วโลกเป็นในไหนๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 5 เช่นกัน ทุกจังหวัด อยู่ในระดับ 5 เช่นเดียวกัน นักวิจัยพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขณะเก็บข้อมูลวิจัยได้ความว่า ชาวต่างชาติชื่นชอบอาหารไทย ไม่เฉพาะต้มยำกุ้งที่มีชื่อเสียงเท่านั้น อาหารไทยอีสานต่างๆไปก็ชื่นชอบเช่นกัน โดยจะชอบความหลากหลายของรสชาติอาหารไทย เขาบอกว่าอาหารไทยมีหลายรส ทำให้รู้สึกสนุก น่าค้นหา ทำให้เขากินไปพร้อมๆกับการค้นหาวาอาหารเหล่านั้นมีรสชาติใดกันแน่ ในที่สุดก็จะสรุปตามคำเชื้อเชิญของคนไทยว่า “อร่อย” พร้อมกับยกนิ้วหัวแม่มือยืนยันความอร่อย

4.3.2.10 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ในเรื่องของความสะดวกและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 ระดับของการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างกลมกลืน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 5 อภิปรายผลได้ว่า สถาปัตยกรรมท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะของการประยุกต์รูปแบบและพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะกับวิถีชีวิตประจำวัน แต่ยังคงอัตลักษณ์ของความเป็นอีสานที่รูปแบบของหลังคาทรงจั่ว (ดังตัวอย่างในภาพประกอบ ที่ 18) แต่วัสดุที่ใช้ก่อสร้างอาจเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เริงชายมีรูปแบบร่วมสมัยขึ้น ลักษณะบ้านเรือนที่มีใต้ถุนสูงเพื่อไว้ใช้เลี้ยงสัตว์ ใช้ทำกิจกรรมงานบ้านอื่นๆ เช่นทอผ้า จักสาน รับแขก เปลี่ยนไป รูปลักษณะมีความเป็นสากลมากขึ้น เช่นเดียวกับการแต่งกาย เข้าลักษณะที่ว่า เห็นอะไรดี อะไรสวยก็นำมาใช้ บางแห่งใช้หลังคาและเชิงชายเป็นสัญลักษณ์สำหรับแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 4 และ 5 ในสัดส่วนที่เท่าๆกัน ระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์อยู่ในระดับของการนำไปประยุกต์ใช้ และการนำไปใช้อย่างกลมกลืน อภิปรายผลได้ว่า รูปแบบของสถาปัตยกรรมไทยอีสาน เป็นรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่มีทั้งความสวยงามและความสะดวกสบายในการใช้สอยที่สอดคล้องกับกิจกรรมการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในระดับที่ 4 และ 5

และจากผลของการหาระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักวิจัยได้เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังรายละเอียดตามตาราง 5 ดังที่แสดงไว้ในภาคผนวก พบว่า คนไทย

และชาวต่างประเทศจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รัชชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่คนไทยจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์น้อยกว่าชาวต่างประเทศ

อภิปรายผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการหาข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านั้น แต่นักท่องเที่ยวชาวไทย อาจเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น อาจเป็นเหตุให้ไม่ได้ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้นๆ หรืออาจเป็นเพราะใกล้เกลือกินด่าง จึงทำให้ระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทุกๆเรื่อง ยกเว้นในเรื่องคุณค่าและความงามของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นประโยชน์จากการใช้ผ้าไทยมากกว่า หรืออาจเป็นเพราะคนไทยคุ้นเคยกับวัฒนธรรมการผลิต และการใช้ผ้าไทยมากกว่า จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าและความงามของผลิตภัณฑ์ผ้าสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากนี้นักวิจัยเคยสังเกตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าไทยที่ขายให้กับนักท่องเที่ยว ณ.แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งซื้อขายสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อกัน เช่น ประตูน้ำ บาลำพู มาณูครอง พนมรุ้ง ช้องเม็ก ตลาดอินโดจีน ฯลฯ จะพบว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์โรงงาน ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่สามารถแสดงคุณค่า และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากสินค้าเหล่านั้นมีเพียงรูปลักษณะภายนอกที่ดูคล้ายเป็นไทย แต่โดยเนื้อแท้ไม่ได้สร้างหรือแสดงความเป็นไทย หรือความเป็นตัวตนอย่างแท้จริง แต่ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอาจมีรายละเอียดหรือความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านมากกว่า จึงเกิดการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดังกล่าว

คำถามงานวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทำได้อย่างไร จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นโดยสรุปว่า แนวทางการ

จัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่กลุ่มจังหวัด ไปจนถึงระดับพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยว หรือตามกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ แต่ละจังหวัดควรค้นหาอัตลักษณ์ของตนเองให้พบ การวางกรอบนโยบายในการพัฒนาจังหวัด การพัฒนาสถานที่ส่วนรวม หรือการจัดกิจกรรมต่างๆในแต่ละจังหวัด แต่ละหน่วยงาน ควรวางรูปแบบไปตามความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด หรือของกลุ่มชาติพันธุ์ **อภิปรายผล**ได้ว่า การวางแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด จำเป็นต้องทำบนรากฐานของคุณค่า และความงามที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง โดยต้องประสานความร่วมมือกับส่วนราชการหรือเครือข่ายการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนหรือทุกหน่วยงานได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด การขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆในการทำงานแม้เป็นงานเล็กๆก็ตาม แต่ก็จะได้ผลเป็นที่กว้างขวาง ยกตัวอย่างของเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านที่แสดงความเป็นเมืองบุรีรัมย์ เขาต้องการให้ผู้คนที่เข้ามาบุรีรัมย์แล้วเห็นเป็นเมืองบุรีรัมย์ และเห็นว่าการสวมใส่ผ้าพื้นบ้านที่แสดงความเป็นบุรีรัมย์จะช่วยให้ผู้คนรู้จักเมืองบุรีรัมย์ได้อีกทางหนึ่ง เขาต้องการให้นักท่องเที่ยว เที่ยว และพักชมที่ในตัวจังหวัดบุรีรัมย์ มากกว่าการเยี่ยมชมเขาพนมรุ้งแล้วผ่านไป หมายความว่า เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ต้องการได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมความงามของปราสาทพนมรุ้ง เทศบาลเมืองบุรีรัมย์จึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคลากรหลายส่วน รวมทั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้วย เทศบาลบุรีรัมย์จึงได้ผ้า “อัลลวยเซียมทรายชมพู” ให้เป็นผ้าที่สื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ และเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ จากการออกแบบของนางจารุณี ชัยโชติอนันต์ อาจารย์สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ด้วยกรอบแนวคิด และแรงบันดาลใจจากคุณค่าและความงามของหินทรายสีชมพูของปราสาทพนมรุ้ง และคุณค่าและความงามของผ้าอัลลวยเซียม ที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานของกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยให้สอดคล้องกับความเป็นแหล่งวัฒนธรรมขอมโบราณ “ผ้าอัลลวยเซียมทรายชมพู” จึงเป็นตัวอย่างการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร เครือข่ายความรู้ และเครือข่ายกิจกรรมที่หลากหลายออกไปตามบริบทของตนเอง

คำถามงานวิจัยข้อที่ 4 ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไร ผลการวิจัยโดยสรุปพบว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและโอกาสในการ

กิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ **อภิปรายผลว่า** ความเข้มแข็ง การพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยั่งยืนได้อาจต้องอาศัยการพัฒนาการเชื่อมโยง วิถีชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ที่เป็นปกติของกลุ่มคน หรือของพื้นที่ที่มีการติดต่อกันเป็นเบื้องต้น เนื่องจากโดยปกติแล้วธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันของประชาชนตามแนวตะเข็บชายแดน หรือ บริเวณจังหวัดที่มีเขตการติดต่อกัน จะมีถนนหนทางหรือแม้แต่ช่องทางที่จะเดินทางไปมาหาสู่กัน อย่างสะดวก ช่องทางเหล่านี้เป็นการเชื่อมโยงกันในระดับชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเชื่อมโยง ในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และในระดับประเทศต่อไป และนักวิจัยก็มีความเห็นว่าการ เชื่อมโยงกิจกรรมและการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวตั้งแต่ในระดับชุมชน หรือในระดับ ท้องถิ่นจะสามารถสร้างความเข้มแข็งในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้ เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจะเป็น ประโยชน์ต่อชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้จัดการการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

4.4 ข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็น การสำรวจข้อมูลในพื้นที่กว้างจำนวน 6 จังหวัด ซึ่งทำให้นักวิจัยได้เห็นสภาพปัญหาและข้อมูลใน ภาพรวมของ 6 จังหวัดซึ่งเป็นผลดีโดยรวมต่อการจัดการในระดับยุทธศาสตร์การจัดการและการ เชื่อมโยงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด และของภูมิภาค อาจได้คำตอบที่ไม่ชัดเจนใน รายละเอียดการท่องเที่ยวนั้น หรือในระดับจังหวัด ดังนั้นในการทำงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป คณะนักวิจัยเห็นว่า ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับระดับ ความมีสุนทรียศาสตร์ การจัดการ และหรือการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นราย ผลิตภัณฑ์ หรือเป็นรายจังหวัด ทั้งนี้เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการสุนทรียศาสตร์ ของจังหวัดนั้น หรือของผลิตภัณฑ์นั้นๆอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของการนำไปใช้ในการ กระตุ้นให้ประชาชนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืนในที่สุด เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจะทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นตัวตนของตนเอง เกิดความซาบซึ้งในคุณค่าเหล่านั้น และคุณค่าที่เกิดขึ้นจะช่วยหาคำตอบให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวทั้งหมดทราบว่า ควรจะ จัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ของจังหวัด และของประเทศได้อย่างไรบ้าง

4.5 สรุป

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์อยู่ 4 ประการคือ ประการที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ประการที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประการที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และประการที่ 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. พบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธุ์ แต่โดยรวมๆแล้ว ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

1. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
2. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพูดภาษาถิ่นของผู้คน
3. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์
4. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องบุคคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
5. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด
6. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้ององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว
7. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องพืชพรรณไม้พื้นเมือง
8. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
9. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องอาหารท้องถิ่น
10. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะนักวิจัยจึงนำประเภทของอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกประเภทตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดได้ดังนี้คือ

1. เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมี

สุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบล และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

2. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และระดับ 2 เท่าๆกัน

3. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็**นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมาอยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

5. **เกี่ยวกับความงดงามคุณค่าและความความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และชัยภูมิ อยู่ในระดับ 3

6. **เกี่ยวกับความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

7. **เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. **เกี่ยวกับความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

9. **เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่าๆกัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

10. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

เมื่อเปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น เช่นในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณี เรื่องภาษาพูด การแต่งกาย เป็นต้น

2. จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์ เช่นในกรณีเรื่องผ้ากบฏของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

3. ในการพัฒนาพื้นที่ หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของ จังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวด้วย เช่นในกรณีของจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้าง ความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและ โอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

อภิปรายผลโดยรวม ได้ว่า ความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการ จัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะ ช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ กล่าวคือ ความมีสุนทรียศาสตร์คือความซาบซึ้งในคุณค่า ความงามที่เกิดจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเรื่องที่ชุมชนต้องช่วยกัน สร้าง ช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวเองก็ต้องการบริโภคการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นความสะดวกทั่วไป และความเป็นตัวตนที่เป็นของแท้ ของจริงของชุมชน เพราะผลจาก การท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้างโอกาสเหล่านี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจคุณค่า ความงดงาม ของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อใดที่ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงามที่แตกต่างแล้ว ผู้คนจะ เบียดเบียนกันน้อยลง สันติสุขจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยวจะทำหน้าที่ของการสร้าง ประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือเป็นราย จังหวัด

บทที่ 5

สรุป

5.1 บทนำ

โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ใช้เวลาดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน โครงการมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ ประการที่ 1.เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ประการที่ 2.เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และประการที่ 3.เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดย ได้ตั้งคำถามในงานวิจัยครั้งนี้ไว้ว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด และแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ควรทำอย่างไร ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้สามารถกล่าวได้โดยสรุปในประเด็นต่อไปนี้คือ

1. ความสำคัญของปัญหา
2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. วิธีการดำเนินงานวิจัย
4. ผลการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

5.2 ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อประโยชน์ให้กับประเทศได้หลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ และด้านวัฒนธรรม เพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลายตามวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของคนไทยเอง ทำให้นักท่องเที่ยว ที่ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย เกิดการรับรู้ที่เป็นความสุข และความประทับใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้วยความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง ด้วยความเป็น

เอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายทั้งในเรื่องของพืชพรรณธรรมชาติ สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร ภาษาพูด วัฒนธรรมประเพณี และความมีน้ำใจที่งดงาม ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมที่จะมาเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ความงดงามที่เกิดจากความ

อัตลักษณ์ของจังหวัด ก่อให้เกิดความประทับใจทางด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คุณค่าและความงามที่สุนทรีย์เหล่านี้สร้างเสน่ห์ที่โดดเด่นให้แก่จังหวัดในกลุ่มอีสานได้อย่างมากมาย ทั้งหมดนี้มีผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ในที่สุด

ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้เป็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรีย์ดังกล่าวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนซาบซึ้งถึงเสน่ห์ในวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการรักษาคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ทราบถึงคุณค่าของความเป็นมา และความสำคัญของพื้นที่ และวัฒนธรรมชุมชน การนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนอย่างแท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานได้อย่างชัดเจน มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการในเรื่องดังกล่าวต่อไปอย่างเหมาะสม

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้จากอัตลักษณ์ของชุมชนในประเด็นของสถาปัตยกรรม ภาษา อาหาร เครื่องแต่งกาย การดำเนินชีวิต พืชพันธุ์ไม้และวัฒนธรรมอื่นๆ ของพื้นที่ว่ามีความเป็นอัตลักษณ์อย่างไรบ้าง มีความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด รวมถึงมีแนวทางในการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้อย่างไรบ้าง

5.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำโครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสาน ได้ เพื่อให้สามารถตั้งประเด็น วิเคราะห์ข้อคำถามและความคิดเห็นได้อย่างครอบคลุม คณะนักวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้คือ

5.3.1 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนท่องเที่ยว โดยมีการปกป้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลัง หรือกล่าวได้ง่ายๆว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ตอบสนองกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน แต่ในขณะเดียวกัน ต้องไม่ทำลายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวทั้งในเรื่องของ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเหล่านั้น โดยมีลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวโดยสรุปดังต่อไปนี้คือ

1. มีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งในเรื่องของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
2. มีการลดของเสีย และลดการบริโภคที่เกินจำเป็น
3. มีการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
4. มีการประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้ากับกรอบกลยุทธ์การพัฒนาท้องถิ่น และของชาติ
5. มีการจัดการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อย่างไม่ทำลายคุณค่าของสิ่งแวดล้อม
6. การจัดการการท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น
7. มีการประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประชาชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง
8. มีการฝึกอบรมบุคลากรในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดวิธีคิดและวิธีปฏิบัติที่มีผลดีต่อการท่องเที่ยวของชุมชน
9. มีการวางแผนการตลาดที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
10. มีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่จะสามารถเพิ่มประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวได้

จากแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับกรอบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความยั่งยืนได้ดังนี้คือ

การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ โดยเฉพาะระบบนิเวศที่เป็นเอกลักษณ์ แหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ประสบการณ์การเรียนรู้อย่างแท้จริง

3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกกับผิชอบในการรักษา สภาพแวดล้อม

4. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และ สร้างจิตสำนึกกับผิชอบในการรักษาสภาพแวดล้อม

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรม

2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี ควรจัดการ ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ควรจัดการให้ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดการ ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการ ท่องเที่ยว และรวมถึงการจัดการองค์ความรู้เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย ควรจัดการให้ ประสพการณ์การเรียนรู้ถึงคุณค่าของชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมี ส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจัดการให้ เกิดจิตสำนึกในคุณค่าของการมีสุขภาพที่ดี โดยให้ ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ควรจัดการให้เกิด ความปลอดภัย และความทรงจำจาก ประสพการณ์ใหม่

6. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และลองสเตย์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบ ผสมผสาน ควรจัดการให้ สอดคล้องกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวก และความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

ประเทศไทยในฐานะของสมาชิกองค์การด้านการท่องเที่ยวแห่งภาคพื้นเอเชีย แปซิฟิก ได้ลงนามในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีสาระสำคัญดังนี้คือ

1. อนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ โดย สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ถิ่น แหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์สัตว์ และสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการค้นหา พื้นที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และกำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์

2. ให้ความเคารพและให้การสนับสนุนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนโดยมั่นใจว่าการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น มีความเข้าใจใน ขนบธรรมเนียมรวมทั้งบทบาทของเด็กและสตรีด้วยเปิดโอกาส ให้ประชาชนท้องถิ่นมาร่วมปรึกษาหารือในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นที่มีผลกระทบต่อชุมชน สนับสนุนช่วยเหลือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการค้นหามรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อ การอนุรักษ์บริเวณใกล้เคียง และอดหนุนงบประมาณ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มี คุณภาพ โดยคำนึงถึงการดำรงอยู่

3. นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้ โดย มั่นใจว่า มีการนำการประเมินผลกระทบ สิ่งแวดล้อมมาผนวกเป็นขั้นตอนหนึ่งในการวางแผน สนับสนุนให้มีการติดตามตรวจสอบด้วย สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ กำหนดนโยบายและตัวชี้วัดด้าน การปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการ จัดตั้งองค์กรความร่วมมือ ที่รับเป็น ที่ปรึกษาด้านการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างและการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงการท่องเที่ยว

4. สนับสนุน ช่วยเหลือในพันธกิจการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุน การปฏิบัติหรือกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของลดการ ปล่อยสารมลพิษ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกการอนุรักษ์ การรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ การจัดการของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมระดับความดังของเสียง การส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรีไซเคิลและใช้วัสดุ ที่ย่อยสลายได้ธรรมชาติ การสนับสนุน

หรือกระตุ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามนโยบายของท้องถิ่นภูมิภาค สนับสนุนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในทุกๆ กิจกรรมรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนและกระตุ้น ผู้ประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีงาม

5. ให้การศึกษา ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุนการนำประเด็นเรื่องคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าไปในการศึกษาการฝึกอบรม ส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจ และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในประเด็นความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยการให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายที่เหมาะสม และให้การสนับสนุนช่วยเหลือ การศึกษาวิจัยด้านผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

6. ร่วมมือกับส่วนต่าง ๆ เพื่อทำให้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีความยั่งยืน โดย ร่วมมือกับบุคคลและองค์กรต่างๆ ในการร่วมกันปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อตรวจสอบด้วย ปฏิบัติตาม ทุกอนุสัญญาระหว่างประเทศ กฎหมายของประเทศ และท้องถิ่น ที่ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม

5.3.2 การจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว การจัดการคือการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยกระบวนการดังต่อไปนี้คือ

5.3.2.1 การวางแผน เป็นหน้าที่ทางการจัดการหน้าที่แรกเกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทาง ภารกิจเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามที่ต้องการ

5.3.2.2 การจัดองค์กร เป็นการจัดทำโครงสร้างองค์กร และกำหนดระบบงาน บทบาทอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและหน้าที่ของบุคลากร เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกันภายในหน่วยงาน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างราบรื่นและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน เป็นงานที่ผู้บริหารต้องจัดหามอบคนให้เหมาะสมกับงานโดยพิจารณาจาก ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และปริมาณแรงงาน เพื่อการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน รวมถึงการดูแลและพัฒนาแรงงานที่มีให้ได้คุณภาพและอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

5.3.2.4 การนำ โดยผู้บริหารจะกำหนดวิธีและแนวทางที่จะทำให้พนักงานทุกคนร่วม

มือและเต็มใจทำงานสำเร็จลุล่วง ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ดังนั้นผู้นำจึงควรมีภาวะผู้นำ มีเทคนิคการจูงใจ การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี

5.3.2.5 การควบคุมเป็นขั้นตอนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน โดยมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ เมื่อปฏิบัติงานตามแผนก็จะนำเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้เปรียบเทียบกับการทำงานถ้าไม่ได้มาตรฐานก็จะปรับปรุงแก้ไขงานในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ ปริมาณถูกต้อง

นอกจากนี้ในการจัดการใช้ และจัดสรรทรัพยากรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยการควบคุมการทำงานให้เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กันแต่ถ้าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วจะทำให้องค์กรเสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

5.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ คำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติของผลรวมที่แสดงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้คนนั้นหรือสิ่งนั้นมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากคนอื่นหรือสิ่งอื่น ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในสังคม โดยพัฒนาจากกระบวนการปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆภายใต้บริบททางสังคม เมื่อสถานการณ์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความหมายของสิ่งต่างๆก็อาจผิดแผกไปจากเดิม ความคาดหวังและการตอบสนองต่อพฤติกรรมของคนอื่นๆก็อาจเปลี่ยนรูปแบบไปตามลักษณะของสถานการณ์ และความเป็นจริงในสถานการณ์นั้นๆ ซึ่งจะทำให้อัตลักษณ์หรือความหมายที่บุคคลให้แก่ตนเองเปลี่ยนแปลงไปด้วย อัตลักษณ์ต่างๆเป็นตราประทับที่อาจจะไม่ถูกใช้โดยคนอื่นๆทั้งหมด แต่จะใช้เฉพาะกลุ่มอ้างอิง และบุคคลนัยสำคัญ ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น และอัตลักษณ์นี้จะกลายมาเป็นศูนย์กลางของบุคคล โดยที่มนุษย์นั้นมีลักษณะที่ดีแล้วอยู่เสมอ การกระทำและอัตตะของมนุษย์จะเกิดขึ้นจากกระบวนการที่ต่อเนื่องทางสังคม โดยมีการกระทำระหว่างกันของบุคคล ผ่านการให้ความหมาย ในเชิงสัญลักษณ์แก่สิ่งต่างๆ มากน้อยตามสถานการณ์นั่นเอง

อัตลักษณ์ คือการแสดง“ชนิด” หรือการแสดงทางมิติทางสังคมของอัตตะ นั่นคืออัตลักษณ์หลายๆอัตลักษณ์ของบุคคลจะก่อตัวเป็น “อัตลักษณ์เชิงสังคม” หรืออัตตะในบริบทของการกระทำทางสังคม กระบวนการสร้างอัตลักษณ์โดยอาศัยความเชื่อที่ว่า บุคคลจะมีความหมายแห่งตน ที่สัมพันธ์กันมากมาย ความคิดเกี่ยวกับตนเอง การประเมินคุณค่าของตนเอง ความรู้สึกต่อตนเอง หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป็นผลมาจากการที่บุคคลมองตนเองเหมือนกับวัตถุทางสังคมอย่าง

หนึ่ง ซึ่งสามารถให้ชื่อ หรือประทับตราแก่วัตถุนั้นๆได้ ซึ่งการให้ชื่อและความหมายแก่ตนเองในฐานะที่เป็นวัตถุ จะเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าร่วมปฏิสังสรรค์ภายในโลกแห่งความหมายที่ถูกบ่งชี้จากสังคม

อัตลักษณ์ สามารถเกิดขึ้น พัฒนา หรือมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายในโครงสร้างสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่ามิติต่างๆของอัตตะ จะถูกเปลี่ยนไปเป็นวัตถุที่มีความหมาย คือกลายเป็นอัตลักษณ์ในแง่ของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ที่ระดับตัวตน บุคคล กลุ่ม องค์กรและสังคม อัตลักษณ์ที่หลากหลายนั้น จะถูกเลือกแสดงตามระดับความเด่นภายในสถานการณ์โดยมีรากฐานมาจากระเบียบของสถาบัน ความเป็นไปได้ของอัตลักษณ์ ความสำเร็จ และทักษะของการแสดงอัตลักษณ์ภายในสถานการณ์หนึ่งๆ อัตลักษณ์ทั้งหลายจะถูกสื่อสารผ่านการแสดงออกทางพฤติกรรม ภาษา และลักษณะทางกาย หรือการแสดงที่ปรากฏทางสังคม การยึดมั่นผูกพันต่อ อัตลักษณ์ จะเป็นผลมาจากประสบการณ์เดิมของบุคคล ซึ่งได้ถูกรวมเข้าในตำแหน่งทางสังคมและลำดับขั้นตอนของวิถีทางแห่งชีวิต

ศาสตราจารย์ดร.อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์และคณะได้ทำการวิจัยเรื่องความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยที่สะท้อนจากคำในภาษา ได้สรุปไว้ว่าวิกฤตการณ์ด้านอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของคนไทย เป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่มีผู้สนใจมากเป็นพิเศษในปัจจุบัน เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนแปลงเร็วมากจนมีแนวปฏิบัติหรือค่านิยมใหม่ๆหลายแบบเกิดขึ้นในสังคม ซึ่งต่างจากที่เป็นมาในอดีต ปัญหาคือคนไทยส่วนใหญ่เกิดความไม่แน่ใจ หรือลังเลในหลักการที่ใช้ตัดสินความถูกต้องของความประพฤติ บางคนคิดว่าสิ่งที่คนส่วนใหญ่ให้คุณค่าหรือคิดว่าถูก เป็นสิ่งที่ผิดเพราะยึดค่านิยมเดิมในสังคม บางคนยึดหลักการที่ว่าอะไรเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสังคม สิ่งนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ถูกต้องไม่จำเป็นต้องยึดถือขนบธรรมเนียมเก่าๆอีกต่อไป ปัญหาข้อขัดแย้งนี้จึงกลายเป็นวิกฤตการณ์ของสังคมไทยโดยแท้

ศ.ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ได้กล่าวถึง คนไทยกับ 3 คำเจ้าปัญหา : เชื้อชาติ-กลุ่มชาติพันธุ์-อัตลักษณ์ ในงานภูมิสังคมเสวนาสาธารณะ เรื่องคนไทยหลายเผ่าพันธุ์ 3,000 ปี ในสุวรรณภูมิ ณ ห้องพระโรง วัดท่าพระ มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2548 ว่า เรื่องของคนไทย หรือของชาติไทย โดยความคิดของที่เกี่ยวข้องกับชาตินั้น มาจากคำ 3 คำ ที่ทำให้เกิดความสับสนในความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นชาติของคนไทย คือ คำว่า “เชื้อชาติ” “ชาติพันธุ์” และคำว่าอัตลักษณ์

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเอง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยทุกฝ่าย เมื่อสิ้นสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น เรามีอัตลักษณ์ 2 อย่าง

The Land of Smile คือ "สยามเมืองยิ้ม" ที่คนอื่นเขาสร้างให้ไทย จนปัจจุบันนี้เรายังพอใจใช้ในการขายของการท่องเที่ยว ที่เราเป็น The Land of Smile เพราะฝรั่งยิ้มเป็นในความหมายเดียว ขณะที่คนไทยใช้การยิ้มเพื่อสื่อความหมายหลายอย่างมาก

The Land of Siamese Talk เป็นอัตลักษณ์ที่ฝรั่งยึดเย็ดให้ไทย เราพยายามทำให้คำนี้หายไปในการรู้สึกนึกคิดของคนไทย ความเป็นอัตลักษณ์ของไทย แล้วยกย่อง The Land of Smile เป็นอัตลักษณ์แทน

ที่ต้องยกเรื่องนี้ขึ้นมาเพื่อบอกให้รู้ว่า เมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์ เมื่อนั้นกำลังพูดถึงสิทธิสิทธิของประเทศไทยต่อคนอื่น ๆ ในโลก ฉะนั้นการนิยามแล้วนิยามอีกซึ่งอัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของการต่อสู้ เป็นเรื่องที่ทุกสังคมต้องพยายามสร้างอัตลักษณ์เพื่อจะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งเนื้อที่และสิทธิเมื่อเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ นั่นเอง อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้ จะสามารถเปลี่ยนแปลงหรือสร้างอัตลักษณ์ได้ตลอดเวลา เช่น ประเทศอื่นมองกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงการมรดกของโลก นี่เป็นอัตลักษณ์ที่ยกให้กับประเทศไทย เราต้องต่อสู้ แต่ไม่ใช่ด้วยการโว้ยวายให้เปิดหนังสือพิมพ์ แต่ต่อสู้โดยการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นกรุงเทพฯ ขึ้นมาต่อสู้กับเมืองหลวงการมรดกให้ได้ การจัดเสวนาเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ในการสู้กับความเป็นนครหลวงการมรดกของโลก ฉะนั้นเมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์เป็นเรื่องของบทบาท เป็นเรื่องของอำนาจ เป็นเรื่องของสิทธิ ซึ่งทำให้ต้องเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่ม สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้ตนเองได้ คำ 3 คำนี้คนมักเข้าใจผิด เอาความเข้าใจผิดมาใช้เป็นฐานของการสร้างความคิดเกี่ยวกับชาติของไทย สรุปคือ หาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง เชื้อชาติเป็นเรื่องไม่จริง, กลุ่มชาติพันธุ์เป็นของสมมุติ, อัตลักษณ์เป็นการสร้างขึ้น มา หาอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง สมมุติทั้งนั้น แม้แต่คำว่าชาติเองก็สมมุติ ไม่ได้มีจริงๆ

นอกจากนี้ พิศิษฐ์ คุณวโรตม์ (2546: 306-307) สรุปเอาไว้อย่างชัดเจนว่า อัตลักษณ์ (identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเอง และการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ "ฉันเป็นใคร"

5.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ วิรุณ (วิรุณ ตั้งเจริญ.2546:24-119) ได้กล่าวถึงความมีสุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิตว่า สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์เกี่ยวกับความงาม เป็น

ปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือความรักในภูมิปัญญา มุ่งแสวงหาความจริง ความดี และความงาม ได้แก่ความจริงที่มีวิวัฒนาการมาสู่วิทยาศาสตร์ ความดีที่เกี่ยวข้องกับจริยศาสตร์ และความงามที่เกี่ยวข้องกับความมีสุนทรียศาสตร์ที่อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ ทรรศนะ หรือเหตุผลในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญา นักสุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง สอดคล้องกับ วนิดา ขำเขียว และไพฑูรย์ พัฒนไหญ่ยิ่ง ที่กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ว่าเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับธาตุที่ทำให้เกิดความงาม แต่ว่าคำว่าความงามนี้มีได้หมายเฉพาะความงามที่เกิดจากสัดส่วนที่ถูกต้องเหมาะสมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงความแปลกตาม ความน่าทึ่ง นั่นคือ ในบางขณะอาจมีความหมายลึกไปถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นด้วย สุนทรียธาตุมิใช่เป็นเพียงคุณสมบัติของศิลปกรรมเท่านั้น แต่เป็นคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดตามธรรมชาติ ความงามที่เกิดจากธรรมชาติ ความน่าเกลียดน่ากลัวที่เกิดจากจินตนาการและศรัทธาอันเข้มข้นที่ทำให้เกิดความงามและศิลปะ ล้วนแล้วแต่เป็นสุนทรียธาตุทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังได้ให้มุมมองในเรื่องของเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ว่ามีอยู่ 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มที่มีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือ กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์การตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นผันไปตามสภาวะแวดล้อม โดยเชื่อว่าเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ ไม่ขึ้นอยู่กับผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์ต้องวางตัวเป็นกลาง และต้องสำนึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงสุนทรียภาพในแง่ของประสบการณ์ว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสุนทรียภาพในตัวบุคคล บุคคลจะไม่สามารถเลือกแก่น้ำที่สวยงามได้เลย ถ้าไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับแก่น้ำ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับแก่น้ำน้อยมาก “ความงาม” ก็เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ใหญ่และผู้รู้ที่จะต้องช่วยกันสร้างประสบการณ์ทางด้านความงามให้แก่ประชาชนรุ่นหลัง ให้ทราบว่าจะอะไรคือความงาม

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความมีสุนทรียภาพกับสภาพแวดล้อม วิรุณ ตั้งเจริญได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สภาพแวดล้อมหมายถึงธรรมชาติ และสภาพสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็น อาคารบ้านเรือน งานฝีมือ ผังเมือง ชยะ หรืออะไรก็ตามที่กระทบหรือเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สมาชิกในสังคมก็เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมเช่นกัน

สำหรับเรื่องของวัฒนธรรมกับความมีสุนทรียภาพ วิรุณ ตั้งเจริญได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อสิ่งใดประเพณีปฏิบัติบ่อยครั้ง และสิ่งที่ประเพณีปฏิบัตินั้นได้รับการกลั่นกรองให้คงอยู่แต่ความดีงาม และมีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต สิ่งนั้นและพฤติกรรมเหล่านั้นจะกลายเป็นวัฒนธรรม

วัฒนธรรมย่อมพัฒนาได้ เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อก้าวไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ประณีตกว่า และมีคุณค่ากว่าสำหรับการดำรงชีวิตร่วมกันในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป “วัฒนธรรม” จึงเป็นความดีงาม ความงาม ความประณีต ซึ่งเป็นเรื่องของการมีสุนทรีย์ ที่มีนัยะทั้งการดำรงไว้ซึ่งความดีงาม ประณีต ความมีคุณค่า การสร้างเสริมวัฒนธรรมที่ดีงาม ความดีงามทั้งที่เป็นคุณสมบัติ และรูปสมบัติ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับความรักและความชื่นชมในความงาม ความประณีต หรือสุนทรีภาพ “สุนทรีภาพ” จึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

5.3.5 สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) มีความหมายตามดิคชันนารีของ Webster ว่า สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) หมายถึง **ความเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็น หรือ สิ่งที่เราเรียกให้เป็น จริง ๆ หรืออย่างแท้จริง** อีกอย่างหนึ่งในสาขาสังคมศาสตร์ กล่าวไว้ว่า การค้นหาสุนทรียศาสตร์ก็คือการค้นหาสิ่งที่ไม่ได้ปล้นมา สิ่งดั้งเดิม และสิ่งที่เปื้อนข้อเท็จจริง (MCIntosh and Prentice, 1999) สุนทรียศาสตร์สามารถที่จะให้คำจำกัดความซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของมันเป็นเอง อีริคสัน (1995) ให้แนวความคิดเอาไว้ว่า **ความเป็นสุนทรียศาสตร์ก็คือจะต้องมีสิ่งทั้งหมดตามกฎหมายที่มันมีอยู่ในตัวมันเอง** การให้แนวคิดที่แตกต่างกันแบบนี้ เป็นการเรียงลำดับสุนทรียศาสตร์ด้านใจความสำคัญที่จะมาท่องเที่ยว กับสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว คำจำกัดความเกี่ยวกับแนวคิดที่แตกต่างกันทำให้เกิดเป็นข้อยุ่งยากที่จะจัดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

Starn (2002) ได้อภิปรายแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ที่ซึ่งกฎหมายแห่งเมืองเวนิสได้ประกาศใช้ ซึ่งได้แสดงเอาไว้ว่า มรดกตกทอดทางวัฒนธรรมควรที่จะมีการอนุรักษ์ อนุสาวรีย์โบราณคือมรดกทั่วไป และเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องดูแลความมั่งคั่งที่มีอยู่ของความงามทางสุนทรียศาสตร์ ถ้อยคำอันนี้แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับวิธีการสร้างแนวคิดของความงาม และสุนทรียศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น แนวคิดสุนทรียศาสตร์เกิดจากสิ่งที่เป็น วัตถุ โดยเนื้อหาแล้ว วัตถุก็คือสุนทรีย์ะ คือความงามที่เป็นของแท้เพราะถือว่าเป็นพิพจน์และทุกคนก็กล่าวกันว่า มันเป็นสิ่งที่เป็นจริง หรือข้อเท็จจริง มีการเข้าใจว่า สิ่งที่เป็นวัตถุคือความมีสุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง

Mac Cannell (1973) ได้กำหนดกรอบแนวคิดในช่วงยุคต้น ๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของสุนทรียศาสตร์และความสำคัญของมันระหว่างนักท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละคนสามารถที่จะพบหรือได้รับความมีสุนทรีภาพจากการท่องเที่ยวได้ แนวคิดที่สำคัญก็คือว่า ข้อเท็จจริงและสุนทรีภาพพบได้ทุกที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่รอบนอก (Mac

Cannell, 1999) ชาวยุโรปหลายคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า สุนทรียศาสตร์พบได้เพียงการท่องเที่ยวเท่านั้น นอกเหนือจากขอบเขตที่ไม่ใช่ สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง นี่หมายความว่า สิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ที่แท้จริงก็คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวพบในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีในช่วงยุคประวัติศาสตร์และอื่นๆ

นอกจากนั้น Mac Cannell ยังเรียกร้องว่า ควรจัดแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองส่วนคือในส่วนด้านที่ต้องการโชว์ และในส่วนที่ต้องการความมีสุนทรียภาพ หรือความงดงามที่เป็นของแท้ของจริง หรือเป็นเรื่องดั้งเดิมของชุมชน เพราะสิ่งที่ต้องการโชว์หรือแสดงให้เห็นมักเป็นความประทับใจ หรือเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ แต่พื้นที่ด้านหลังจะเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่และมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างสมบูรณ์

เขตที่แบ่งเป็นส่วนหน้าและส่วนหลังทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสังคมอย่างชัดเจน ทำให้มองภาพการเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันได้ เช่นเดียวกันกับการจัดบ้าน หรือการจัดโรงแรม ที่ต้องมีส่วนสำหรับการต้อนรับ และส่วนบริการอื่นๆที่เป็นชีวิตประจำวัน

การสร้างสุนทรียศาสตร์ในเชิงสิ่งก่อสร้าง แนวคิดในเชิงสิ่งก่อสร้างเสนอเอาไว้ว่า ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์มักผูกติดอยู่กับอดีตที่ล่วงมาแล้ว การประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรมต้องพยายามที่จะมองเห็นเนื้อแท้ของของสิ่งที่ต้องแสดงออก น่าจะให้ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์ได้อย่างแท้จริง

สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) จะมุ่งเน้นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมักต้องการชมความงดงามที่เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือว่าเป็น ของแท้ ของดั้งเดิมอย่างแท้จริง โดยที่นักท่องเที่ยวอยากได้ประสบการณ์ในการเข้าไปสู่ความงดงามที่มีอยู่จริงดังเช่นการท่องเที่ยวของบาทลี ที่เชื่อว่าผู้คนในท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องยึดแนวทางการเปลี่ยนแปลงในสอดคล้องกับการจัดการการท่องเที่ยว ที่กระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต ของพวกเขาในแนวทางที่ก่อให้เกิดการเสียชื่อเสียงทางวัฒนธรรมของพวกเขาด้วย และดูเหมือนว่าชาวบาทลีไม่ต้องอ้างว่าการท่องเที่ยวสร้างความร่ำรวยให้กับพวกเขา แต่พวกเขาจะแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตของเขาอย่างไรบ้าง ในขณะเดียวกันพวกเขาก็ได้โอกาสฝึกฝนการแสดงออกทางด้านขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมประเพณีได้เช่นกัน

โดเฮน (2531) ได้กล่าวว่า ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นโครงสร้างของสังคมเป็นแนวคิด และมีความหมายทางสังคมของมันเอง ดังนั้นมันจึงมิใช่การให้ แต่เป็นการต่อรอง เช่นรูปแบบที่หลากหลายของงานศิลปะที่ผลิตสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชาวปากัวนิวกินีในหมู่บ้าน

ไอแอมมูลตะวันตกของแทมบูมัน ชาวฮูลีแสดงให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของเขาด้วยการประดับประดาร่างกาย ทำให้เกิดการกระตุ้นและกระจายกิตติศัพท์ออกไปทั่วโลก และนักท่องเที่ยวก็นึกเอาศิลปะบนร่างกายของชาวฮูลี นี้ เป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่า คนเหล่านี้ยังมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างน่าเชื่อถือ ทำให้ผมปลอมของชาวฮูลี เป็นแบบอย่างที่ดีต่อนักท่องเที่ยวในที่สุด

วิธีการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำได้ 3 วิธีด้วยกันคือ

1. วางพื้นฐานทางวัฒนธรรมชุมชนให้เข้มแข็ง
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องผลักดันการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างเสมอภาคโดยการเข้าถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง
3. ต้องเท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เพราะการพิจารณาความมีสุนทรียศาสตร์ของวัฒนธรรมนั้นต้องปฏิบัติให้มีความหลากหลาย

ในงานของ Mc Connell สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) นี้ยังเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่ยังคงคลุมเครือ Mc Connell สันนิษฐานว่านักท่องเที่ยวหวังที่จะมีประสบการณ์กับลักษณะที่เชื่อถือได้กับสถานที่ วัตถุหรือเหตุการณ์ที่เป็นของแท้ Mc Connell ให้ความสนใจในความผิดหวังของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ต่อมาในการศึกษาของ Wang (2000) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่” เป็น “สภาพของการเป็นอยู่ที่แต่ละคนเป็นอยู่จริง” ตามการศึกษาของ Wang แล้วสภาพเช่นนี้ประกอบด้วยความรู้สึกส่วนตัวหรือความรู้สึกระหว่างบุคคลที่ถูกกระตุ้นโดยกระบวนการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ไม่จำเป็นที่จะถูกกระตุ้นโดยสถานที่ วัตถุหรือเหตุการณ์

Gloria Lara Hasemann ได้แสดงความคิดเห็นในบทความเรื่อง AUTHENTICITY : WHY AND FOR WHOM ? ไว้ว่า สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) ในดิคชันนารีของ Royal Spanish Academy หมายความว่า การทำให้เกิดมีคุณลักษณะของข้อเท็จจริงที่งดงามอย่างน่าเชื่อถือ บางครั้งสุนทรียศาสตร์ก็คือ สิ่งที่เราควรระลึกถึงว่าเป็นเหตุการณ์และข้อเท็จจริงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ความต้องการหรือการมีอยู่ตามสภาพของสิ่งแวดล้อม” (1956: 146) โดยข้อเท็จจริงแล้ว คำจำกัดความของคำว่า สุนทรียศาสตร์ ซึ่งให้ไว้ในแนวทางของยูเนสโกในปี 1972 ว่า ลักษณะและประเภทของสุนทรียศาสตร์ คือ การออกแบบ วัตถุศิลปะ การมีฝีมือ เช่นเดียวกันกับ สภาพแวดล้อม ซึ่งก็รวมอยู่ด้วยกันกับข้อกำหนดของสิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ซึ่งไม่ได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ว่าจะมาจากรูปแบบและโครงสร้างดั้งเดิม แต่ก็นับรวมอยู่ในการเปลี่ยนแปลงในภายหลังตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง สุนทรียศาสตร์ ก็มีความหมายสมบูรณ์แบบเพียงแค่ว่า การรวมแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงแม้จะดูเหมือนว่าแนวคิดทั้งสองอย่างเหล่านี้จะเป็นแนวคิดอันเดียวกัน และหรือถึงแม้ว่าจะเป็นแนวคิดที่เหลื่อมล้ำกันตามความรู้สึกบางอย่างก็ทำให้แนวคิดของพวกเราเกิดเป็นความรู้สึกอยู่สองด้าน เมื่อมองดูในกรอบแนวคิดนี้ คุณสมบัติทางด้านวัฒนธรรมก็ถือว่าเป็นบรรทัดฐานอย่างหนึ่งของสุนทรียศาสตร์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำลายความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะทำให้เนื้อหาที่แท้จริงเปลี่ยนไป หรือเพราะว่าเป็นการทำลายเนื้อหาตามความเป็นจริงอีกอย่างหนึ่ง สุนทรียศาสตร์จะต้องทำให้คุณลักษณะดั้งเดิมของทรัพย์สิน (แบบ วัตถุ ฝีมือ) รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวในตัวของมันเอง กับสถานที่และช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าและความหมายของตัวเอง (ตัวอย่างเช่น ในส่วนของความซับซ้อนทางด้านสถาปัตยกรรมหรือภูมิประเทศที่เป็นประวัติศาสตร์) อีกประการหนึ่งหนึ่งแนวคิดในเรื่องของลักษณะที่เป็นเนื้อแท้ มักเน้นเทคโนโลยีการผลิต ในขณะที่แนวคิดประการที่สอง มักเน้นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ปฐมเหตุ

กฎหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ช่วยแก้ปัญหาความเข้าใจผิดได้ ซึ่งถ้าหากไม่มีความเข้าใจถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ คุณค่าสังคมแล้ว บุคคล หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกัน หรือบุคคลที่มีความรู้สึกรักชาติในทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไม่มีพื้นฐานอยู่บนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคมตั้งอยู่บนความสำคัญทางวัฒนธรรมของทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากประเพณีซึ่งมาจากยุคหนึ่งสู่ยุคหนึ่งก็ตาม จากประวัติศาสตร์หรือความรู้สึกทางสุนทรียศาสตร์ หรือเกิดขึ้นง่ายจากข้อเท็จจริงซึ่งยังคงรวมอยู่ในชีวิตประจำวันนั่นเอง

5.3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง William Robert Harvey (William Robert Harvey :) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง **สุนทรียศาสตร์และลักษณะการได้มาสัมผัสด้วยตนเองของผู้มาเยือน ณ หมู่บ้านประวัติศาสตร์** สรุปผลการวิจัยในบทคัดย่อไว้ว่า

การศึกษานี้ เป็นการสำรวจแนวความคิดด้านสุนทรียศาสตร์ ตามที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ Appomattox Court House บนพื้นฐานงานวิจัยทางทฤษฎีที่ผ่านมา คำจำกัดความของสุนทรียศาสตร์ถูกใช้เพื่อที่จะทดสอบว่า ผู้มาเยี่ยมชมอุทยานมาด้วยเหตุผลที่เกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์หรือไม่ มีการวิเคราะห์เพื่อที่จะกำหนดความสำคัญที่เกี่ยวข้องกันของสุนทรียศาสตร์กับเหตุผลที่เป็นสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ สำหรับการมาเยี่ยมชมอุทยาน วิเคราะห์ว่า ระดับสุนทรียศาสตร์ที่ได้มาสัมผัสที่ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นอย่างไร คำตอบมีผลต่อการจัดตั้งอุทยานอย่างไรบ้าง การใช้สิ่งกระตุ้นสำหรับสุนทรียศาสตร์และตัวแปรต่างๆ ที่สำคัญ ที่มีศักยภาพ

กล่าวคือ ตัวชี้วัด ความรู้ของผู้มาเยี่ยมชม ความเข้าใจเกี่ยวของของมหาชนและข้อขัดแย้ง รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า ในขณะที่สุนทรียศาสตร์เป็นใจความสำคัญสำหรับผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน แต่ผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นสิ่งที่ยุ่งยากต่อการคาดคะเนเมื่อมีการเทียบเคียงกันระหว่างตัวแปรอิสระและสิ่งที่เป็นคุณสมบัติอย่างเดียวกันของผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน รวมทั้งมีข้อเสนอแนะสำหรับนักวิจัยในครั้งต่อไปเมื่อมีการตรวจสอบแนวคิดสุนทรียศาสตร์

ไทมอน เราเน่ ได้สรุปความเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ในกรณีศึกษาเรื่อง **การท่องเที่ยวท้องถิ่น : เนื้อหาต่างๆที่เกี่ยวกับความสามารถในการดำรงไว้และโอกาสต่างๆ** ไว้ว่า เมื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในออสเตรเลียได้มีการขยายตัวมากขึ้น การตื่นตัวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มมากขึ้น ลิขสิทธิ์และกรรมสิทธิ์ในสุนทรียศาสตร์ ในระดับประเทศ ได้ถูกพัฒนาขึ้น โดยสมาคมที่มีอำนาจหรือหน้าที่แนะนำเกี่ยวกับงานศิลปะท้องถิ่นแห่งชาติ เพื่อให้แน่ใจว่า สิทธิของชาวออสเตรเลียท้องถิ่น วัฒนธรรม ความเคารพนับถือต่อวัฒนธรรมต้นแบบและมูลค่าของวัฒนธรรมได้ถูกป้องกัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมทางด้านที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ และหัตถกรรมท้องถิ่น ในออสเตรเลียตะวันตก คณะกรรมการการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น (waitoc) ตั้งขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวในออสเตรเลียตะวันตก ต่อการสร้างความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับในการท่องเที่ยวท้องถิ่นในออสเตรเลียตะวันตก เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อถือในธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น คณะกรรมการการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น ระบุว่าการลงทุนด้านการท่องเที่ยวต้องแสดงให้เห็นถึงมาตรการดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องได้จากบุคคลากรในท้องถิ่น

2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้ต้องมีความเหมาะสมและละเอียดอ่อนต่อวัฒนธรรม ต้องเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการเองหรือผู้ประกอบการควรได้รับอนุญาตในการดำเนินการหรือการได้ข้อมูลทางวัฒนธรรมในพื้นที่จากเจ้าของประเพณีที่สอดคล้องกับองค์กร ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องมีหน้าที่ต่อไปนี้

- 2.1 ต้องทำการปกป้องความรู้และรูปแบบต่างๆทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

- 2.2 ต้องทำให้แน่ใจว่าภาพพจน์และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากชาวออสเตรเลียท้องถิ่น

- 2.3 ต้องทำให้แน่ใจว่าสินค้าได้ถูกพัฒนาโดยบุคคลในท้องถิ่น

- 2.4 ต้องทำให้แน่ใจว่าคนในท้องถิ่น จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้าจากการใช้สิทธิทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและทรัพย์สินทางปัญญา

5.4 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้(The Authenticity management of South Isan Trouisium)คณะผู้วิจัยได้กำหนด ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ การสังเกต และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ นักวิชาการ บุคคลทั่วไป นัหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว และการสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ไปท่องเที่ยว หรือเคยท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด ได้แก่จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี ในปี 2549 จำนวนประชากรดังปรากฏในตารางที่ 3.1

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณะนักวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้เหมาะกับการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1.นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงก้อนหิมะ(Snowball sampling) เพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึกเกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2. นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปสำหรับหากลุ่มตัวอย่างของ ทาโรยามอนเน(Taro Yamone) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด โดยเฉลี่ยจำนวนประชากรตามจำนวนประชากรที่ไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ดังแสดงไว้ในตาราง ที่ 3.2

3. กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพื่อเจาะจงจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน จากหน่วยงานสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์การบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1- 2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึง

ผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความเป็น
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความ
เข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่ม
ประเทศเพื่อนบ้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะนักวิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือหลายประเภทให้เหมาะกับการตอบคำถามงานวิจัย และ
เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องมือเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดัง
ต่อไปนี้คือ

1. เอกสาร และข้อมูลการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของ
จังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคล
ทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณี
วัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ลักษณะ
เครื่องมือเป็นคำถามปลายเปิดให้เพื่อให้สามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้ได้อย่างเต็มที่
3. แบบสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาประวัติศาสตร์และโบราณคดี สาขา
สถาปัตยกรรม สาขาวัฒนธรรม สาขาการจัดการ สาขาละ 1 คน และสาขาศิลป อีก 3 คน รวม 6
คน หาความเชื่อมั่นของแบบสำรวจโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธี
ของครอนบาช (Cronbach)
4. การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการ
ความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
5. การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล นักวิจัยเก็บข้อมูลตามประเภทของเครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.3.4.1. การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรง (Face to Face
Interview) ระหว่างนักวิจัยและ นักวิชาการทางศิลปะ โบราณคดี สถาปัตยกรรม ผ้าพื้นบ้าน
อาหารพื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานวัฒนธรรม
ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยคณะนักวิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน
เพื่อให้สามารถได้นิหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

3.3.4.2. การสำรวจ ใช้วิธีเดินทางไปสำรวจที่จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ บริเวณโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวในเมือง ศูนย์การค้า โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสำรวจอย่างชัดเจน

3.3.4.3. การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียง การจดบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นจึงนำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่
2. การสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. การจัดเวทีประชุม วิเคราะห์ข้อมูลจากองค์ความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็นตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดเวที การสังเกตสถานการณ์และบริบททั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อคิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การทางแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

5.5 ผลการวิจัย คณะนักวิจัยได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด **ผลการวิจัยพบว่า** อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธุ์

แต่โดยรวมๆแล้ว ลักษณะที่เป็นอัตตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

1. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
2. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน
3. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์
4. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
5. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด
6. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว
7. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวพืชพรรณไม้พื้นเมือง
8. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
9. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวอาหารท้องถิ่น
10. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะนักวิจัยจึงนำประเภทของอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนั้นท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อให้การวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือ คณะนักวิจัยจึงประเมินค่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ด้วยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการประเมินผลการศึกษา ประเภทพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ของบลูมและคณะ (Bloom and other) กำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์ไว้ 5 ระดับ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมาซึ่งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกประเภทตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดได้ดังนี้คือ

1. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบล และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

2. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และระดับ 2 เท่าๆกัน

3. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็**
ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมาอยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

5. **เกี่ยวกับความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่า** ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และชัยภูมิ อยู่ในระดับ 3

6. **เกี่ยวกับความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พบว่า** ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

7. **เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง พบว่า** ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. **เกี่ยวกับความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน พบว่า** ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

9. **เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบว่า** ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่าๆกัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

10. เกี่ยวกับความมั่งคั่งและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

เมื่อเปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น
2. จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์
3. ในการพัฒนาพื้นที่ หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่ายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

5.6 สรุปและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

การทำโครงการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า การจัดการความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ กล่าวคือ ความมีสุนทรียศาสตร์คือความซาบซึ้งในคุณค่าความงามที่เกิดจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเรื่องที่ชุมชนต้องช่วยกันสร้าง ช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวเองก็ต้องการ

บริบทการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นความสะดวกทั่วไป และความเป็นตัวตนที่เป็นของแท้ ของจริงของชุมชน เพราะผลจากการท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้างโอกาสเหล่านี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจคุณค่าความงดงามของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อใดที่ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงดงามที่แตกต่างแล้ว ผู้คนจะเบียดเบียนกันน้อยลง สันติสุขจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยวจะทำหน้าที่ของการสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือเป็นรายจังหวัด

บรรณานุกรม

- บัณฑิต จุลาสัย.(2547) .การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม:ทางด้านสุนทรียภาพ.โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ พัฒน์ใหญ่ยิ่ง.(2541)สุนทรียศาสตร์:แนวความคิด ทฤษฎีและการพัฒนา.สำนักพิมพ์
เสมาธรรม.กรุงเทพฯ.
- นงลักษณ์ ทองศรี.(2547)เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์การและการจัดการ.มหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์.บุรีรัมย์.
- สุชาติ สุทธิ.(2544).สุนทรียภาพของชีวิต.สำนักพิมพ์เสมาธรรม.กรุงเทพฯ.
- วิรุณ ดังเจริญ((2546).สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต.สันติศิริการพิมพ์.กรุงเทพฯ.
- วนิดา ขำเขียว.สุนทรียศาสตร์.พรานนกการพิมพ์.กรุงเทพฯ.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ.แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
<http://www.stou.ac.th/Thail/Offices/Oce/Knowledgehtml> สืบค้นเมื่อ 2006 August 3.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.
<http://www.greenzonethailand.com> สืบค้นเมื่อ 2006, August 8.
- Erik Cohen. (2002)Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism.Journal of
sustainable tourism. สืบค้นเมื่อ 2006 August 16.
- Amareswar Galla.(1994)Authenticity:Rethinking Heritage Diversity in a Pluralistic
Framework.สืบค้นเมื่อ 2006 August 16.
- Bath&North East Somerset.City of Bath World Heritage Site Management Plan. Available
:<http://www.bathnes.gov.uk>. สืบค้นเมื่อ 2006 October 17.
- Silvennoinen H.2 and Kolehmainen0.3.Ecological and aesthetic balues in urban forest
management.Urban Forestry & Urban Greening,Voume1,Number3,March
2003,pp. สืบค้นเมื่อ 2006 August 16.
- Stephen R.J. Sheppard1; Cecilia Achiam2: Robert G.D'Eon3.Aesthetics: Are We
Neglecting a Critical Issue in Certification for Sustainable Forest Management?.
Source: Journal of Rorestry, Volume 102, Number 5,July/August 2004,pp.6-11(6)

- David Watt. Authenticity and significance. Journal of architectural Conservation Volume 6 Number 3 November 2000. Available : <http://www.donhead.com/> สืบค้นเมื่อ 2006, October 17.
- Gloria Lara Hasemann. Authenticity: Why And For Whom?. IComos Honduras. http://www.icomos.org/usicomos/Symposium/SYM96_Authenticity. สืบค้นเมื่อ 2006, August 26.
- Joseph W. Roggenbuck, Chair, R. Bruce Hull and Kevin Larkin. (2004) Authenticity and Experience Quality Among Visitors. Master of Science In Forestry. Virginia Polytechnic Institute and State University .
- Cheryl Hargrove (2003) Authenticity in Cultural Heritage Tourism. Reflections Quarterly Newsletter. สืบค้นเมื่อ 2006 A October 17.
- Elizabeth Vines. Streetwise Asia. A Practical Guide for the Conservation and Revitalisation of Heritage Cities and Towns in Asia. <http://www.unesco.org/> สืบค้นเมื่อ 2006 August 26.
- Available : <http://www.sohosandiego.org/reflections/2003-4/authenticity.htm>.
- Available : <http://www.scholar.lib.vt.edu/theses/results.csm>. 2006, August 26.
- Available : http://www.tourthai.com/province/chainaphum/index_t.shtml. 2006, August 19.

ภาคผนวก ก.

บทความ

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Authenticity management of South Isan Tourisium

จารุณี ชัยโชติอนันต์

Jarunee Chaichodanan

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้เรื่องคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดนักวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักวิชาการและผู้รู้ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว นักวิจัยใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 433 คนและชาวต่างชาติจำนวน 102 คน การหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และการหาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน นักวิจัยใช้การจัดเวทีประชุมเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เป็นเฉพาะของตนเองในเรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ $t - test$ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ ธรรมชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่ และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาลประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

Abstract

The objectives of this research were to study an image of the Lower Northeastern Part of Thailand, the level of tourism authenticity in the Lower Northeastern Part of Thailand, the tendency of tourism authenticity management in the Lower Northeastern Part of Thailand, and the strategies strengthening stably the strange of

tourism development and management liking with the neighbor country. The two instruments were used as the in-depth interview for exploring the image of province and questionnaire for exploring the group of population's opinion toward that image. The explored population was as 433 persons of Thai's tourisms and 102 persons of foreigner's tourisms. There was the making of conference in order to meet third objective using the population relative with the province tourism management.

The results were found that different provinces in the Lower Northeastern Part of Thailand had their image of local culture, custom, pronunciation, language, dressing, personality, nature tourism attraction, knowledge of tourism attraction, local plants, products of cloth, food and architecture.

In the level of tourism authenticity of the Lower Northeastern Part of Thailand, it was found that the tourism authenticity of Thai's tourist was in forth level, but for foreigner in forth level for the same. When it compared between both, statistical value of T-Test was at .05 in the matters as beauty, value, an interesting things of activities occurring from the culture and custom, beauty of language, dressing, personality, and knowledge of tourism attraction, the taste of foods, which the foreigner would have more than Thai Tourists.

In third research question, it was found that the province should look for their real image. For the tendency of authenticity management, it was found that the province should determine their strategies starting from the center to locality and make the activities of culture change between the foreigner in annually festival especially provinces settling near the neighbor country.

คำนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้มีศักยภาพในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อประโยชน์ให้กับประเทศได้หลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและคนในท้องถิ่น ส่วนด้านวัฒนธรรมนั้น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลาย

ตามกลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของคนไทยเอง ทำให้นักท่องเที่ยว ที่ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย เกิดการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้วยคุณค่าและความงาม จากความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนใต้มีให้เลือกท่องเที่ยวอย่างหลากหลายทั้งด้านแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมที่จะมาเที่ยวที่อีสานได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

พื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคอีสานตอนใต้ มีทั้งหมด 6 จังหวัด คือจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มจังหวัดในอีสานใต้ดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลายตามอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปเป็นรายจังหวัด คุณค่าและความงดงามที่เกิดจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเหล่านั้น เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความการรับรู้ที่ประทับใจด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ชาบซึ่งถึงเส้นในความเป็นตัวตนของท้องถิ่น เกิดการรับรู้คุณค่า และความงดงามที่เป็นของจริง ของแท้ดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยว ท้องถิ่น ชุมชน และผู้จัดการการท่องเที่ยว สามารถนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างชัดเจนสวยงาม มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการเรื่องดังกล่าวต่อไปให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม

ดังนั้นคณะวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในประเด็นของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น โดยตั้งคำถามงานวิจัยเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มี

ลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร และแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร

วัตถุประสงค์

จากหลักการและเหตุผลในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่กล่าวมา นักวิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้นักวิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรม เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้คือ

1. กิจกรรมด้านการหาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังนี้คือ

1.1 หาข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการศึกษาเอกสาร และจากข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงก้อนหิมะ(Snowball sampling)

2. กิจกรรมด้านการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังต่อไปนี้คือ

2.1 สร้างแบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาที่เกี่ยวข้อง หาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) กำหนดกลุ่มด้วยตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามอนเน (Taro Yamone)

2.2 สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโรยามอนเน (Taro Yamone) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. กิจกรรมด้านการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และกิจกรรมด้านการหาแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำโดยการ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทางจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ หาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

นิยามศัพท์เฉพาะการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นงานวิจัยที่กล่าวถึงคุณค่า ความน่าสนใจ ความงาม ความซาบซึ้ง ความประทับใจจากการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดจากความเป็นตัวตนที่แท้จริงของ สถานที่ท่องเที่ยว บุคคล วัฒนธรรมประเพณี อาหารการกิน ตลอดจนทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นตัวตนของจังหวัดนั้นๆ และ เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน นักวิจัยจึงได้นิยามศัพท์ที่ใช้เฉพาะงานวิจัยในครั้งนี้ดังต่อไปนี้คือ

1. **สุนทรียะ** สุนทรียะคือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามของจิตใจ ความประณีตงดงามของการใช้ชีวิตส่วนตัว และส่วนรวม ที่หมายรวมถึง ทศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม และวรรณกรรม

2. **สุนทรียภาพ** สุนทรียภาพคือความรู้สึกถึงความงาม ภาพความงามในความคิดหรือภาพของความงามในสมอง (Image of Beauty) ศักยภาพของการรับรู้ความงามที่สามารถสัมผัสหรือรับความงามได้แตกต่างกัน เป็นความงามที่อาจเกิดจากภาพ จากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษร หรือประสาทสัมผัสอื่นๆ

3. **สุนทรียศาสตร์** สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์หรือวิชาที่เกี่ยวกับความงามและสิ่งทีงาม ทั้งในงานศิลปะ และในธรรมชาติ โดยการศึกษาประสบการณ์ คุณค่าของความงาม และมาตรการตัดสินใจว่า อะไรงาม หรือไม่งาม เป็นแนวคิดในเชิงปรัชญา เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือเป็นความรักในภูมิปัญญา (Love of Wisdom) การแสวงหาความจริง ความดี และความงาม สุนทรียศาสตร์อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ เรื่อง ของทฤษฎี เรื่องของเหตุผลในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญาหรือนักสุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง

4. **สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว** สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือความงามที่เกิดจากการแสวงหาความจริงที่เป็นของแท้จากบริบทของภูมิปัญญา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตงดงามที่เกิดจากการใช้ชีวิตของผู้คน ที่สามารถสร้างประสบการณ์ชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนได้

5. **อัตลักษณ์** อัตลักษณ์คือความเป็นตัวตนของผู้คน ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน แหล่งธรรมชาติและความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม อุดมคติ การจัดความสัมพันธ์กับคนอื่นภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะแสดงตัวตนหรือความเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของภาษา หรือเทคโนโลยีอื่นๆ

6. **การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว** การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือการวางแผนทาง การกำหนด หรือการจัดการที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดสุนทรียภาพจากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยการสนับสนุน ส่งเสริม หรือจัดการให้เกิดความงามที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในบริบทของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร วิถีชีวิตและความงดงามในการดำเนินชีวิต ศิลปะ วรรณกรรม หัตถกรรมและสถาปัตยกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะนักวิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือหลายประเภทให้เหมาะกับการตอบคำถามงานวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องมือเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1.1. เอกสาร และข้อมูลการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ลักษณะเครื่องมือเป็นคำถามปลายเปิดให้เพื่อให้สามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้ได้อย่างเต็มที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด คณะนักวิจัยเลือกใช้แบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เนื้อหาในแบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพ การใช้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวและจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงข้อตกลงในการกำหนดระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถนำมาจัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้

ส่วนที่ 2. เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทของ อัตลักษณ์ที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยรวบรวมและสังเคราะห์มาจากคำสัมภาษณ์และเอกสารที่ได้มาจากการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แบ่งประเภท ออกเป็น 10 ประเภทตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาประวัติศาสตร์และโบราณคดี สาขาสถาปัตยกรรม สาขาวัฒนธรรม สาขาการจัดการ สาขาละ 1 คน และสาขาศิลป อีก 3 คน รวม 6 คน หาความเชื่อมั่นของแบบสำรวจโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่าแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทำได้อย่างไร คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.1 การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร คณะนักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

4.1 การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

4.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

นักวิจัยเก็บข้อมูลตามประเภทของเครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

1. **การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรง (Face to Face Interview)** ระหว่างนักวิจัยและ นักวิชาการทางศิลป โบราณคดี สถาปัตยกรรม ผ้าพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานวัฒนธรรม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยคณะนักวิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถได้นิเหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

2. **การสำรวจ** ใช้วิธีเดินทางไปสำรวจที่จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ บริเวณโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวในเมือง ศูนย์การค้า โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสำรวจอย่างชัดเจน

3. **การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น** เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียง การจดบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. **การสัมภาษณ์** วิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นจึงนำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่
2. **การสำรวจ** วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. **การจัดเวทีประชุม** วิเคราะห์ข้อมูลจากองค์ความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็นตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดเวที การสังเกตสถานการณ์และบริบททั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อคิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การทางแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย คณะนักวิจัยได้ผลการวิจัยตามคำถามงานวิจัยได้ดังนี้คือ

คำถามงานวิจัยข้อที่ 1.ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธุ์ แต่โดยรวมๆแล้ว ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

- 1.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
- 2.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน

- 3.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์
- 4.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
- 5.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด
- 6.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว
- 7.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวพืชพรรณไม้พื้นเมือง
- 8.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
- 9.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวอาหารท้องถิ่น
- 10.อัตลักษณ์ที่เกี่ยวสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะนักวิจัยจึงนำประเภทของอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

คำถามงานวิจัยข้อที่ 2. ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด เพื่อให้การวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือ คณะนักวิจัยจึงประเมินค่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ด้วยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการประเมินผลการศึกษาประเภทพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ของบลูมและคณะ (Bloom and other) กำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์ไว้ 5 ระดับ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีค่าซึ่งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีค่า ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การรับรู้ระดับ 2. หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกประเภทตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดได้ดังนี้คือ

1. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบล และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

2. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิ อยู่มนระดับ 4 และระดับ 2 เท่าๆกัน

3. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมาอยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. **เกี่ยวกับความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

5. **เกี่ยวกับความมั่งคั่งคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และชัยภูมิ อยู่ในระดับ 3

6. **เกี่ยวกับความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่าๆกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

7. **เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. **เกี่ยวกับความมั่งคั่งและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

9. **เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่าๆกัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

10. **เกี่ยวกับความมั่งคั่งและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น** พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

เมื่อเปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

คำถามงานวิจัยข้อที่ 3. แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น
2. จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์
3. ในการพัฒนาพื้นที่ หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวด้วย

คำถามงานวิจัยข้อที่ 4. ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

สรุปและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

สรุป การทำโครงการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า การจัดการความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่สำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ กล่าวคือ ความมีสุนทรียศาสตร์ คือความซาบซึ้งใน คุณค่า ความงาม ที่เกิดจากความเป็น อัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องช่วยกันสร้าง ช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวเองก็ต้องการบริโภคการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นความสะดวกทั่วไป และความเป็นตัวตนที่

เป็นของแท้ ของจริงของชุมชน เพราะผลจากการท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้างโอกาสเหล่านี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิด ความเข้าใจคุณค่า ความงดงามของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อใดที่ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงาม ที่แตกต่างแล้ว ผู้คนจะเบียดเบียนกันน้อยลง สันติสุขจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยว จะทำหน้าที่ของการสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยหาระดับความมี สุนทรียศาสตร์ในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือเป็นรายจังหวัด

บรรณานุกรม

- บัณฑิต จุลาสัย.(2547) .การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม:ทางด้านสุนทรียภาพ.โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ พัฒนไใหญ่ยิ่ง.(2541)สุนทรียศาสตร์:แนวความคิด ทฤษฎีและการพัฒนา.สำนักพิมพ์เสมาธรรม.กรุงเทพฯ.
- นางลักษณ์ ทองศรี.(2547)เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์การและการจัดการ.มหาวิทยาลัยราช ภัฏบุรีรัมย์.บุรีรัมย์.
- สุชาติ สุทธิ.(2544).สุนทรียภาพของชีวิต.สำนักพิมพ์เสมาธรรม.กรุงเทพฯ.
- วิรุณ ตั้งเจริญ((2546).สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต.สันติศิริการพิมพ์.กรุงเทพฯ.
- วนิดา ขำเขียว.สุนทรียศาสตร์.พรานนกการพิมพ์.กรุงเทพฯ.
- ร่ำ ไร่ พรรณ แก้ว สุริ ยะ . แ น ว คิ ด ก่ี ย ว กั บ ก า ร ท่ อ ง ท่ี ย ว ที่ ยั ง ยี น .
<http://www.stou.ac.th/Thail/Offices/Oce/Knowledge/1-49/Page5-1-49.html>2006August3.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.
[http://www. greenzonethailand.com/index.php?lay=show&ac=show&ac=article&Id=1318](http://www.greenzonethailand.com/index.php?lay=show&ac=show&ac=article&Id=1318). 2006,August 8.
- Erik Cohen. (2002)Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism.Journal of sustainable tourism.2006August16.
- Amarewar Galla.(1994)Authenticity:Rethinking Heritage Diversity in a Pluralistic Framework. 2006August16.

- Bath&North East Somerset.City of Bath World Heritage Site Management Plan. Available
: <http://www.bathnes.gov.uk/worldheritage/2.4Signif.htm>. 2006 October 17.
- Silvennoinen H.2 and Kolehmainen O.3.Ecological and aesthetic values in urban forest management. Urban Forestry & Urban Greening, Volume 1, Number 3, March 2003, pp. 2006 August 16.
- Stephen R.J. Sheppard¹; Cecilia Achiam²; Robert G.D'Eon³.Aesthetics: Are We Neglecting a Critical Issue in Certification for Sustainable Forest Management?. Source: Journal of Forestry, Volume 102, Number 5, July/August 2004, pp. 6-11 (6)
- David Watt.Authenticity and significance. Journal of Architectural Conservation Volume 6 Number 3 November 2000. Available : <http://www.donhead.com/vol62.htm>. 2006, October 17.
- Gloria Lara Hasemann. Authenticity: Why And For Whom?. ICOMOS Honduras. http://www.icomos.org/usicomos/Symposium/SYM96_Authenticity. 2006, August 26.
- Joseph W. Roggenbuck, Chair, R. Bruce Hull and Kevin Larkin. (2004) Authenticity and Experience Quality Among Visitors. Master of Science In Forestry. Virginia Polytechnic Institute and State University .
- Cheryl Hargrove (2003) Authenticity in Cultural Heritage Tourism. Reflections Quarterly Newsletter. 2006 October 17.
- Elizabeth Vines. Streetwise Asia. A Practical Guide for the Conservation and Revitalisation of Heritage Cities and Towns in Asia. http://www.unescobkk.org/elib/publications/streetwise_Asia. 2006 August 26.
- Available : <http://www.sohosandiego.org/reflections/2003-4/authenticity.htm>.
- Available : <http://www.scholar.lib.vt.edu/theses/results.csm>. 2006, August 26.
- Available : http://www.tourthai.com/province/chainayaphum/index_t.shtml. 2006, August 19.

ภาคผนวก ข.

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตารางวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 433 คน จาก 6 จังหวัดอีสานใต้ ในแต่ละส่วน มีรายละเอียดดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 1.1.1 แสดงจำนวน และร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่มตัวอย่าง (N = 433)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	171	39.5
หญิง	256	59.1
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	34	7.9
20 - 30 ปี	246	56.8
30 - 40 ปี	91	21.0
40 - 50 ปี	40	9.2
50 - 60 ปี	13	3.0
60 70 ปี	5	1.2
70 ปีขึ้นไป	4	0.9
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	180	41.6
ปริญญาตรี	210	48.5
สูงกว่าปริญญาตรี	25	5.8

ตารางที่ 1. 1.1. ต่อ

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่มตัวอย่าง (N = 433)	
	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
รับราชการ	89	20.6
เกษตรกรรม	24	5.5
รับจ้าง	122	28.2
ธุรกิจส่วนตัว	79	18.2
5. รายได้		
1000 – 5000 บาท	104	24.0
5001 – 8000 บาท	155	35.8
8001 บาทขึ้นไป	136	31.4
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้		
ครั้งแรก	54	24.0
สองครั้ง	78	35.8
มากกว่าสองครั้ง	285	31.4
7. การได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้		
มาก	109	25.2
ปานกลาง	242	55.9
น้อย	57	13.2
ไม่ได้รับเลย	23	5.3
8. การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมี สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของ จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้		
มาก	88	20.3
ปานกลาง	244	56.4
น้อย	76	17.6

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2)

ตารางที่ 1.2.1 แสดงจำนวน ร้อยละ และความสัมพันธ์ของระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด

ความมีสุนทรีย ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
1. ความงดงาม คุณค่า และ ความน่าสนใจ ในกิจกรรมที่ เกิดจาก วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	12 22.2	0 0	0 0	0 0	8 3.5	20 4.6	153.164*
	2 จำนวน ร้อยละ	3 6.1	7 13.0	0 0	0 0	0 0	7 3.1	17 3.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	8 16.3	9 16.7	27 60.0	6 40.0	2 4.5	45 19.9	97 22.4	
	4 จำนวน ร้อยละ	12 24.5	13 24.1	15 33.3	2 13.3	16 36.4	116 51.3	174 40.2	
	5 จำนวน ร้อยละ	26 53.1	13 24.1	3 6.7	7 46.7	26 59.1	50 21.1	125 28.9	

ตารางที่ 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
2. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในสำเนียง การพูดภาษา ถิ่นของผู้คน	1	1	8	1	0	0	8	18	111.803*
	จำนวน ร้อยละ	2.0	14.8	2.2	0	0	3.5	4.2	
	2	2	10	3	0	2	13	30	
	จำนวน ร้อยละ	4.1	18.5	6.7	0	4.5	5.8	6.9	
	3	12	21	38	6	18	62	157	
	จำนวน ร้อยละ	24.5	38.9	84.4	40.0	40.9	27.4	36.3	
	4	22	11	3	4	23	95	158	111.803*
	จำนวน ร้อยละ	44.9	20.4	6.7	26.7	52.3	42.0	36.5	
	5	12	4	0	4	1	48	70	111.803*
	จำนวน ร้อยละ	24.5	7.4	0	33.3	2.3	21.2	16.2	

ตารางที่ 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
3. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในการแต่ง กายของผู้คน ที่เป็นลักษณะ เฉพาะของ กลุ่มชาติพันธุ์	1	1	6	0	0	0	15	22	54.289*
	จำนวน ร้อยละ	2.0	11.1	0	0	0	6.6	5.1	
	2	3	6	2	1	3	12	27	
	จำนวน ร้อยละ	6.1	11.1	4.4	6.7	6.8	5.3	6.2	
	3	23	19	37	6	21	80	186	
	จำนวน ร้อยละ	46.9	35.2	82.2	40.0	47.7	35.4	43.0	
	4	14	16	5	3	12	88	138	54.289*
	จำนวน ร้อยละ	28.6	29.6	11.1	20.0	27.3	38.9	31.9	
	5	8	7	1	5	8	31	60	54.289*
	จำนวน ร้อยละ	16.3	13.0	2.2	33.3	18.2	13.7	13.9	

ตารางที่ 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราชสีมา		
4. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในบุคลิก ลักษณะ เฉพาะของ กลุ่มคน	1	1	8	0	0	0	8	17	58.321 [*]
	จำนวน ร้อยละ	2.0	14.8	0	0	0	3.5	3.9	
	2	6	7	3	1	2	18	37	
	จำนวน ร้อยละ	12.2	13.0	6.7	6.7	4.5	8.0	8.5	
	3	20	19	37	6	18	86	186	
	จำนวน ร้อยละ	40.8	35.2	82.2	40.0	40.9	38.1	43.0	
	4	15	15	4	5	18	79	136	
	จำนวน ร้อยละ	30.6	27.8	8.9	33.3	40.9	35.0	31.4	
	5	7	5	1	3	6	35	57	
	จำนวน ร้อยละ	14.3	9.3	2.2	20.0	13.6	15.5	13.2	

ตาราง 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
5. ความ งดงามคุณค่า และความ สมบูรณ์ของ แหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติของ จังหวัด	1	2	3	0	0	0	7	12	49.169 [*]
	จำนวน ร้อยละ	4.1	5.6	0	0	0	3.1	2.8	
	2	2	8	3	0	1	15	29	
	จำนวน ร้อยละ	4.1	14.8	6.7	0	2.3	6.6	6.7	
	3	7	18	7	7	1	46	86	
	จำนวน ร้อยละ	14.3	33.3	15.6	46.7	2.3	20.4	19.9	
	4	25	18	26	3	30	91	193	
	จำนวน ร้อยละ	51.0	33.3	57.8	20.0	68.2	40.3	44.6	
	5	13	7	9	5	12	67	113	
	จำนวน ร้อยละ	26.5	13.0	20.0	33.3	27.3	29.6	26.1	

ตาราง 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
6.ความ น่าสนใจของ องค์ความรู้ที่ ได้จากแหล่ง ท่องเที่ยว	1	2	3	0	0	0	7	12	49.169 [*]
	จำนวน ร้อยละ	4.1	5.6	0	0	0	3.1	2.8	
	2	2	8	3	0	1	15	29	
	จำนวน ร้อยละ	4.1	14.8	6.7	0	2.3	6.6	6.7	
	3	7	18	7	7	1	46	86	
	จำนวน ร้อยละ	14.3	33.3	15.6	46.7	2.3	20.4	19.9	
	4	25	18	26	3	30	91	193	
	จำนวน ร้อยละ	51.0	33.3	57.8	20.0	68.2	40.3	44.6	
	5	13	7	9	5	12	67	113	
	จำนวน ร้อยละ	26.5	13.0	20.0	33.3	27.3	29.6	26.1	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
7. ความงาม คุณค่าและ ความน่าสนใจ ของพืชพรรณ ไม้พื้นเมือง	1	1	5	1	0	0	10	17	86.051*
	จำนวน ร้อยละ	2.0	9.3	2.2	0	0	4.4	3.9	
	2	2	6	6	1	0	23	38	
	จำนวน ร้อยละ	4.1	11.1	13.3	6.7	0	10.2	8.8	
	3	20	16	31	8	2	57	134	
	จำนวน ร้อยละ	40.8	29.6	68.9	53.3	4.5	25.2	30.9	
	4	10	16	5	2	22	86	141	86.051*
	จำนวน ร้อยละ	20.4	29.6	11.1	13.3	50.0	38.1	32.6	
	5	16	11	2	4	20	50	103	86.051*
	จำนวน ร้อยละ	32.7	20.4	4.4	26.7	45.5	22.1	23.8	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
8.ความ งดงาม และ คุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ผ้า พื้นบ้าน	1	2	7	0	0	0	7	16	55.0*
	จำนวน ร้อยละ	4.1	13.0	0	0	0	3.1	3.7	
	2	3	7	0	1	2	15	28	
	จำนวน ร้อยละ	6.1	13.0	0	6.7	4.5	6.6	6.5	
	3	10	13	4	4	0	49	80	
	จำนวน ร้อยละ	20.4	24.1	8.9	26.7	0	21.7	18.5	
	4	16	15	30	4	23	96	184	
	จำนวน ร้อยละ	32.7	27.8	66.7	26.7	52.3	42.5	42.5	
	5	18	12	11	6	19	59	125	
	จำนวน ร้อยละ	36.7	22.2	24.4	40.0	43.2	26.1	28.9	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
9. รสชาติ คุณค่า และ ความน่าสนใจ ของอาหาร ท้องถิ่น	1	0	1	0	0	0	6	7	34.668*
	จำนวน ร้อยละ	0	1.9	0	0	0	2.7	1.6	
	2	1	8	1	2	0	13	25	
	จำนวน ร้อยละ	2.0	14.8	2.2	13.3	0	5.8	5.8	
	3	16	6	12	5	7	61	107	
	จำนวน ร้อยละ	32.7	11.1	26.7	33.3	15.9	27.0	24.7	
	4	16	27	15	4	24	92	178	34.668*
	จำนวน ร้อยละ	32.7	50.0	33.3	26.7	54.5	40.7	41.1	
	5	16	12	17	4	13	54	116	34.668*
	จำนวน ร้อยละ	32.7	22.2	37.8	26.7	29.5	23.9	26.8	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
10. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ของ สถาปัตยกรรม ท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	3 6.1	7 13.0	0 0	2 13.3	0 0	9 4.0	21 4.8	90.157*
	2 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	4 7.4	8 17.8	1 6.7	0 0	8 3.5	23 5.3	
	3 จำนวน ร้อยละ	11 2.4	5 9.3	12 26.7	4 26.7	2 4.5	57 25.2	91 21.0	
	4 จำนวน ร้อยละ	18 36.7	3 5.6	19 42.2	7 46.7	25 56.8	83 36.7	155 35.8	
	5 จำนวน ร้อยละ	15 30.6	35 64.8	6 13.3	1 6.7	17 38.6	69 30.5	143 33.0	

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test
(One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 1.3.1 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัด จำแนกตามจังหวัด

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ ของจังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
ความงดงาม คุณค่า และความ น่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	62.840	5	12.568	13.514 [*]	0.000
ภายในกลุ่ม	397.100	427	0.930		
รวม	459.940	432			
ความงดงามและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน					
ระหว่างกลุ่ม	53.905	5	10.781	12.724 [*]	0.000
ภายในกลุ่ม	361.790	427	0.847		
รวม	415.695	432			
ความงดงามและความน่าสนใจในการ แต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มชาติพันธุ์					
ระหว่างกลุ่ม	10.633	5	2.127	2.261 [*]	0.048
ภายในกลุ่ม	401.608	427	0.941		
รวม	412.240	432			

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ ของจังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
ความงดงามและความน่าสนใจใน บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน					
ระหว่างกลุ่ม	18.279	5	3.656	4.144 [*]	0.001
ภายในกลุ่ม	376.723	427	0.882		
รวม	395.002	432			
ความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัด					
ระหว่างกลุ่ม	20.405	5	4.081	4.443 [*]	0.001
ภายในกลุ่ม	392.228	427	0.919		
รวม	412.633	432			
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จาก แหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	53.876	5	10.775	11.242 [*]	0.000
ภายในกลุ่ม	409.260	427	0.958		
รวม	463.136	432			
ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจ ของพืชพรรณไม้พื้นเมือง					
ระหว่างกลุ่ม	47.047	5	9.409	9.188 [*]	0.000
ภายในกลุ่ม	437.299	427	1.024		
รวม	484.346	432			
ความงดงาม และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	29.928	5	5.986	6.042 [*]	0.000
ภายในกลุ่ม	423.033	427	0.991		
รวม	452.961	432			

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ ของจังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของ อาหารท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	8.527	5	1.705	1.976 [*]	0.081
ภายในกลุ่ม	368.595	427	0.863		
รวม	377.122	432			
ความงดงามและความน่าสนใจของ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	22.356	5	4.471	3.935 [*]	0.002
ภายในกลุ่ม	485.140	427	1.136		
รวม	507.497	432			

จากตาราง 1.3.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกๆเรื่อง จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีของ LSD แสดงดังตาราง 1.3.2

ตาราง 1.3.2 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีของ LSD

จังหวัด	(I) จังหวัด (J)		Mean	Sig.
			Difference (I-J)	
ความงดงาม คุณค่า และความ น่าใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	1.10 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.78 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.18	0.531
		ศีร์ษะเกษ	-0.30	0.134
		นครราชสีมา	0.39 [*]	0.010
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-1.10 [*]	0.000
		สุรินทร์	-0.32	0.102
		อุบลราชธานี	-0.92 [*]	0.001
		ศีร์ษะเกษ	-1.40 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.71 [*]	0.000
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.78 [*]	0.000
		ชัยภูมิ	0.32	0.102
		อุบลราชธานี	-0.60 [*]	0.037
		ศีร์ษะเกษ	-1.08 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.39 [*]	0.014
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.18	0.531
		ชัยภูมิ	0.92 [*]	0.001
		สุรินทร์	0.60 [*]	0.037
		ศีร์ษะเกษ	-0.48	0.098
		นครราชสีมา	0.21	0.409

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจ ในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	0.30	0.134
		ชัยภูมิ	1.40 [*]	0.000
		สุรินทร์	1.08 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.48	0.098
		นครราชสีมา	0.69 [*]	0.000
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.39 [*]	0.010
		ชัยภูมิ	0.71 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.39 [*]	0.014
		อุบลราชธานี	-0.21	0.409
		ศรีสะเกษ	-0.69 [*]	0.000
ความงดงามและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.99 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.90 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	-0.08	0.779
		ศรีสะเกษ	0.33	0.081
		นครราชสีมา	0.14	0.334
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.99 [*]	0.000
		สุรินทร์	-0.09	0.647
		อุบลราชธานี	-1.06 [*]	0.000
		ศรีสะเกษ	-0.65 [*]	0.001
		นครราชสีมา	-0.85 [*]	0.000
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.90 [*]	0.000
		ชัยภูมิ	0.09	0.647
		อุบลราชธานี	-0.98 [*]	0.000
		ศรีสะเกษ	-0.57 [*]	0.004
		นครราชสีมา	-0.76 [*]	0.000

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.08	0.779
		ชัยภูมิ	1.06 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.98 [*]	0.000
		ศีร์ษะเกษ	0.41	0.136
		นครราชสีมา	0.22	0.378
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	-0.33	0.081
		ชัยภูมิ	0.65 [*]	0.001
		สุรินทร์	0.57 [*]	0.004
		อุบลราชธานี	-0.41	0.136
		นครราชสีมา	-0.19	0.201
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.14	0.334
		ชัยภูมิ	0.85 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.76 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	-0.22	0.378
		ศีร์ษะเกษ	0.19	0.201
ความงดงามและความน่าสนใจในการ แต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มชาติพันธุ์	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.29	0.133
		สุรินทร์	0.40 [*]	0.047
		อุบลราชธานี	-0.29	0.312
		ศีร์ษะเกษ	-0.06	0.774
		นครราชสีมา	0.03	0.833
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.29	0.133
		สุรินทร์	0.11	0.571
		อุบลราชธานี	-0.58 [*]	0.042
		ศีร์ษะเกษ	-0.35	0.080
		นครราชสีมา	-0.26	0.083

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและความน่าสนใจในการ แต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มชาติพันธุ์	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.40 [*]	0.047
		ชัยภูมิ	0.11	0.571
		อุบลราชธานี	-0.69 [*]	0.018
		ศีร์ษะเกษ	-0.46 [*]	0.027
		นครราชสีมา	-0.37 [*]	0.021
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.29	0.312
		ชัยภูมิ	0.58 [*]	0.042
		สุรินทร์	0.69 [*]	0.018
		ศีร์ษะเกษ	0.23	0.424
		นครราชสีมา	0.32	0.214
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	0.06	0.774
		ชัยภูมิ	0.35	0.080
		สุรินทร์	0.46 [*]	0.027
		อุบลราชธานี	-0.23	0.424
		นครราชสีมา	0.09	0.572
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.03	0.833
		ชัยภูมิ	0.26	0.083
		สุรินทร์	0.37 [*]	0.021
		อุบลราชธานี	-0.32	0.214
		ศีร์ษะเกษ	-0.09	0.572
ความงดงามและความน่าสนใจใน บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.39 [*]	0.035
		สุรินทร์	0.36	0.063
		อุบลราชธานี	-0.24	0.391
		ศีร์ษะเกษ	-0.21	0.287
		นครราชสีมา	-0.08	0.588

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและความน่าสนใจใน บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.39 [*]	0.035
		สุรินทร์	-0.03	0.876
		อุบลราชธานี	-0.63 [*]	0.022
		ศีร์ษะเกษ	-0.60 [*]	0.002
		นครราชสีมา	-0.47 [*]	0.001
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.36	0.063
		ชัยภูมิ	0.03	0.876
		อุบลราชธานี	-0.60 [*]	0.033
		ศีร์ษะเกษ	-0.57 [*]	0.004
		นครราชสีมา	-0.44 [*]	0.004
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.24	0.391
		ชัยภูมิ	0.63 [*]	0.022
		สุรินทร์	0.60 [*]	0.033
		ศีร์ษะเกษ	0.03	0.914
		นครราชสีมา	0.16	0.529
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	0.21	0.287
		ชัยภูมิ	0.60 [*]	0.002
		สุรินทร์	0.57 [*]	0.004
		อุบลราชธานี	-0.03	0.914
		นครราชสีมา	0.13	0.410
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	0.08	0.588
		ชัยภูมิ	0.47 [*]	0.001
		สุรินทร์	0.44 [*]	0.004
		อุบลราชธานี	-0.16	0.529
		ศีร์ษะเกษ	-0.13	0.410

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัด	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.59 [*]	0.002
		สุรินทร์	0.01	0.971
		อุบลราชธานี	0.05	0.855
		ศรีสะเกษ	-0.29	0.151
		นครราชสีมา	0.05	0.735
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.59 [*]	0.002
		สุรินทร์	-0.58 [*]	0.003
		อุบลราชธานี	-0.53	0.057
		ศรีสะเกษ	-0.87 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.53 [*]	0.000
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.01	0.971
		ชัยภูมิ	0.58 [*]	0.003
		อุบลราชธานี	0.04	0.876
		ศรีสะเกษ	-0.29	0.149
		นครราชสีมา	0.04	0.779
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.05	0.855
		ชัยภูมิ	0.53	0.057
		สุรินทร์	-0.04	0.876
		ศรีสะเกษ	-0.34	0.239
		นครราชสีมา	0.00	0.998
	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	0.29	0.151
		ชัยภูมิ	0.87 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.29	0.149
		อุบลราชธานี	0.34	0.239
		นครราชสีมา	0.34 [*]	0.033

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

		(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัด	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	บุรีรัมย์	-0.05	0.735
			ชัยภูมิ	0.53 [*]	0.000
			สุรินทร์	-0.04	0.779
			อุบลราชธานี	0.00	0.998
			ศรีสะเกษ	-0.34 [*]	0.033
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	ชัยภูมิ	0.48 [*]	0.013
			สุรินทร์	0.75 [*]	0.000
			อุบลราชธานี	0.26	0.364
			ศรีสะเกษ	-0.68	0.001
			นครราชสีมา	0.17	0.265
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	บุรีรัมย์	-0.48 [*]	0.013
			สุรินทร์	0.27	0.172
			อุบลราชธานี	-0.22	0.445
			ศรีสะเกษ	-1.16 [*]	0.000
			นครราชสีมา	-0.31 [*]	0.038
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	บุรีรัมย์	-0.75 [*]	0.000
			ชัยภูมิ	-0.27	0.172
			อุบลราชธานี	-0.49	0.095
			ศรีสะเกษ	-1.43 [*]	0.000
			นครราชสีมา	-0.58 [*]	0.000
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	บุรีรัมย์	-0.26	0.364
			ชัยภูมิ	0.22	0.445
			สุรินทร์	0.49	0.095
			ศรีสะเกษ	-0.94 [*]	0.001
			นครราชสีมา	-0.09	0.729

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความน่าพอใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	0.68 [*]	0.001
		ชัยภูมิ	1.16 [*]	0.000
		สุรินทร์	1.43 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.94 [*]	0.001
		นครราชสีมา	0.85 [*]	0.000
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.17	0.265
		ชัยภูมิ	0.31 [*]	0.038
		อุบลราชธานี	0.09	0.729
		ศรีสะเกษ	-0.85	0.000
ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจ ของพืชพรรณไม้พื้นเมือง	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.37	0.066
		สุรินทร์	0.75 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.18	0.557
		ศรีสะเกษ	-0.63 [*]	0.003
		นครราชสีมา	0.14	0.371
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.37	0.066
		สุรินทร์	0.39	0.060
		อุบลราชธานี	-0.19	0.515
		ศรีสะเกษ	-1.00 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.23	0.142
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.75 [*]	0.000
		ชัยภูมิ	-0.39	0.060
		อุบลราชธานี	-0.58	0.056
		ศรีสะเกษ	-1.39 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.61 [*]	0.000
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.18	0.557
		ชัยภูมิ	0.19	0.515
		สุรินทร์	0.58	0.056
		ศรีสะเกษ	-0.81 [*]	0.008
		นครราชสีมา	-.03	0.903

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจ ของพืชพรรณไม้พื้นเมือง	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	0.63 [*]	0.003
		ชัยภูมิ	1.00 [*]	0.000
		สุรินทร์	1.39 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.81 [*]	0.008
		นครราชสีมา	0.78 [*]	0.000
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.14	0.371
		ชัยภูมิ	0.23	0.142
		สุรินทร์	0.61 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.03	0.903
		ศรีสะเกษ	-0.78 [*]	0.000
ความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นบ้าน	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.59 [*]	0.003
		สุรินทร์	-0.24	0.249
		อุบลราชธานี	-0.08	0.781
		ศรีสะเกษ	-0.42 [*]	0.042
		นครราชสีมา	0.10	0.525
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.59 [*]	0.003
		สุรินทร์	-0.82 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	-0.67 [*]	0.022
		ศรีสะเกษ	-1.01 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.49 [*]	0.001
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	0.24	0.249
		ชัยภูมิ	0.82 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	0.16	0.600
		ศรีสะเกษ	-0.19	0.380
		นครราชสีมา	0.34 [*]	0.039

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นบ้าน	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.08	0.781
		ชัยภูมิ	0.67 [*]	0.022
		สุรินทร์	-0.16	0.600
		ศีร์ษะเกษ	0.34	0.253
		นครราชสีมา	0.18	0.495
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	0.42 [*]	0.042
		ชัยภูมิ	1.01 [*]	0.000
		สุรินทร์	0.19	0.380
		อุบลราชธานี	0.34	0.253
		นครราชสีมา	0.52 [*]	0.002
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.10	0.525
		ชัยภูมิ	0.49 [*]	0.001
		สุรินทร์	-0.34 [*]	0.039
		อุบลราชธานี	-0.18	0.495
		ศีร์ษะเกษ	-0.52 [*]	0.002
รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.20	0.276
		สุรินทร์	-0.11	0.576
		อุบลราชธานี	0.29	0.287
		ศีร์ษะเกษ	-0.18	0.359
		นครราชสีมา	0.18	0.207
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.20	0.276
		สุรินทร์	-0.31	0.102
		อุบลราชธานี	0.09	0.733
		ศีร์ษะเกษ	-0.38 [*]	0.046
		นครราชสีมา	-0.02	0.915

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น	สุรินทร์	บุรีรัมย์	0.11	0.576
		ชัยภูมิ	0.31	0.102
		อุบลราชธานี	0.40	0.149
		ศรีสะเกษ	-0.07	0.724
		นครราชสีมา	0.29	0.055
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.29	0.287
		ชัยภูมิ	-0.09	0.733
		สุรินทร์	-0.40	0.149
		ศรีสะเกษ	-0.47	0.092
		นครราชสีมา	-0.11	0.664
	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	0.18	0.359
		ชัยภูมิ	0.38 [*]	0.046
		สุรินทร์	0.07	0.724
		อุบลราชธานี	0.47	0.092
		นครราชสีมา	0.36 [*]	0.018
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.18	0.207
		ชัยภูมิ	0.02	0.915
		สุรินทร์	-0.29	0.055
		อุบลราชธานี	0.11	0.664
		ศรีสะเกษ	-0.36 [*]	0.018
ความงดงามและความน่าสนใจของ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	-0.20	0.337
		สุรินทร์	0.31	0.166
		อุบลราชธานี	0.55	0.081
		ศรีสะเกษ	-0.52 [*]	0.018
		นครราชสีมา	-0.05	0.782

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและความน่าสนใจของ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	0.20	0.337
		สุรินทร์	0.51 [*]	0.019
		อุบลราชธานี	0.75 [*]	0.016
		ศีร์ษะเกษ	-0.32	0.137
		นครราชสีมา	0.16	0.335
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.31	0.166
		ชัยภูมิ	-0.51 [*]	0.019
		อุบลราชธานี	0.24	0.442
		ศีร์ษะเกษ	-0.83 [*]	0.000
		นครราชสีมา	-0.35 [*]	0.044
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.55	0.081
		ชัยภูมิ	-0.75 [*]	0.016
		สุรินทร์	-0.24	0.442
		ศีร์ษะเกษ	-1.07 [*]	0.001
		นครราชสีมา	-0.60 [*]	0.037
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	0.52 [*]	0.018
		ชัยภูมิ	0.32	0.137
		สุรินทร์	0.83 [*]	0.000
		อุบลราชธานี	1.07 [*]	0.001
		นครราชสีมา	0.48 [*]	0.007
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	0.05	0.782
		ชัยภูมิ	-0.16	0.335
		สุรินทร์	0.35 [*]	0.044
		อุบลราชธานี	0.60 [*]	0.037
		ศีร์ษะเกษ	-0.48 [*]	0.007

* มีความแตกต่างกันรายคู่

2. ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลชาวต่างชาติ

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 102 คน คณะนักวิจัยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตาราง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ที่มีอยู่ 5 ระดับคือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีค่าซาบซึ้งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยววันนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีติดตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยววันนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยววันนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยววันนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ส่วนที่ 3. วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 2.1.1 แสดงจำนวน และร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่มตัวอย่าง (n = 102)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	82	80.4
หญิง	20	19.6
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	1.0
20 – 30 ปี	15	14.7
30 – 40 ปี	19	18.6
40 – 50 ปี	25	24.5
50 – 60 ปี	33	32.4
60 – 70 ปี	8	7.8
70 ปีขึ้นไป	1	1.0
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	15.7
ปริญญาตรี	60	58.8
สูงกว่าปริญญาตรี	23	22.5
4. อาชีพ		
รับราชการ	13	12.7
เกษตรกรรม	5	4.9
รับจ้าง	16	15.7
ธุรกิจส่วนตัว	59	57.8
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน	7	6.9
10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน	40	39.2
30,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน	55	53.9

ตาราง 2.1.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่มตัวอย่าง (n = 102)	
	จำนวน	ร้อยละ
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้		
ครั้งแรก	18	17.6
สองครั้ง	34	33.3
มากกว่าสองครั้ง	50	49.0
7. การได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้		
มาก	27	26.5
ปานกลาง	30	39.4
น้อย	22	21.6
ไม่ได้รับเลย	23	22.5
8. การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมี		
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของ		
จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้		
มาก	33	32.4
ปานกลาง	24	23.5
น้อย	24	23.5
ไม่ใช้เลย	20	19.6

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2)

ตาราง 2.2.1 แสดงจำนวน ร้อยละ และความสัมพันธ์ของระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด

ความมี สุนทรีย ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม n = 102	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราชสีมา		
		n = 17	n = 2	n = 6	n = 27	n = 4	N = 46		
1.ความ งดงาม คุณค่า และ น่าสนใจใน กิจกรรมที่ เกิดจาก วัฒนธรรม และ ประเพณี ท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	22.093
	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	0 0	0 0	0 0	0 0	1 2.2	2 2.0	
	3 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	3 50.0	3 11.1	2 50.0	6 13.0	14 13.7	
	4 จำนวน ร้อยละ	7 41.2	0 0	3 50.0	12 44.4	2 50.0	21 45.7	45 44.1	
	5 จำนวน ร้อยละ	9 52.9	2 100	0 0	12 44.4	0 0	18 39.1	41 40.2	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความถี่ สหสัมพันธ์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม n = 102	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราชสีมา		
		n = 17	n = 2	n = 6	n = 27	n = 4	N = 46		
2. ความ งดงามและ ความ น่าสนใจใน สำเนียงการ พูดภาษา ถิ่นของผู้คน	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	1 2.2	1 1	28.684
	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	1 50.0	1 16.7	1 3.7	0 0	1 2.2	5 4.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	3 17.6	0 0	4 66.7	4 14.8	3 75.0	13 28.3	27 26.5	
	4 จำนวน ร้อยละ	8 47.1	1 50.0	0 0	10 37.0	1 25.0	17 37.0	37 36.3	
	5 จำนวน ร้อยละ	5 29.4	0 0	1 16.7	12 44.4	0 0	14 30.4	32 31.4	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
4.ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ใน บุคลิกลักษณะ เฉพาะของ กลุ่มคน	1	0	0	0	0	0	2	2	19.591
	จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	4.3	2.0	
	2	1	0	0	0	0	0	1	
	จำนวน ร้อยละ	6.3	0	0	0	0	0	1	
	3	3	0	1	5	2	13	24	
	จำนวน ร้อยละ	18.8	0	16.7	18.5	50.0	28.3	23.8	
	4	5	2	4	7	1	16	35	
	จำนวน ร้อยละ	31.3	100. 0	66.7	25.9	25.0	34.8	34.7	
	5	7	0	1	15	1	15	39	
	จำนวน ร้อยละ	43.8	0	16.7	55.6	25.0	32.6	38.6	

ตาราง 2.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
5. ความ งดงามคุณค่า และความ สมบูรณ์ของ แหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติของ จังหวัด	1	0	0	0	0	0	0	0	11.365
	จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	
	2	0	0	0	1	0	2	3	
	จำนวน ร้อยละ	0	0	0	3.7	0	4.3	2.9	
	3	3	1	3	6	2	11	26	
	จำนวน ร้อยละ	17.6	50.0	50.0	22.2	50.0	23.9	25.5	
	4	7	0	1	7	2	20	37	
	จำนวน ร้อยละ	41.2	0	16.7	25.9	50.0	43.5	36.3	
	5	7	1	2	13	0	13	36	
	จำนวน ร้อยละ	41.2	50.0	33.3	48.1	0	28.3	35.3	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
6. ความ น่าสนใจของ องค์ความรู้ที่ ได้จากแหล่ง ท่องเที่ยว	1	0	0	0	0	0	0	0	24.854
	จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	
	2	1	0	0	1	0	0	2	
	จำนวน ร้อยละ	5.9	0	0	3.7	0	0	2.0	
	3	3	0	4	3	3	16	29	
	จำนวน ร้อยละ	17.6	0	66.7	11.1	75.0	34.8	28.4	
	4	8	0	2	10	1	19	40	
	จำนวน ร้อยละ	47.1	0	33.3	37.0	25.0	41.3	39.2	
	5	5	2	0	13	0	11	31	
	จำนวน ร้อยละ	29.4	100. 0	0	48.1	0	23.9	30.4	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
7. ความงาม คุณค่าและ ความน่าสนใจ ของพืชพรรณ ไม้พื้นเมือง	1	0	0	1	1	0	0	2	32.589
	จำนวน ร้อยละ	0	0	16.7	3.7	0	0	2.0	
	2	0	0	1	3	1	2	7	
	จำนวน ร้อยละ	0	0	16.7	11.1	25.0	4.3	6.9	
	3	4	0	0	4	3	10	21	
	จำนวน ร้อยละ	23.5	0	0	14.8	75.0	21.7	20.6	
	4	10	2	3	8	0	16	39	
	จำนวน ร้อยละ	58.8	100. 0	50.0	29.6	0	34.8	38.2	
	5	3	0	1	11	0	18	33	
	จำนวน ร้อยละ	17.6	0	16.7	40.7	0	39.1	32.4	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
8. ความ งดงาม และ คุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ผ้า พื้นบ้าน	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	1 3.7	0 0	0 0	1 1.0	23.473
	2 จำนวน ร้อยละ	2 11.8	0 0	1 16.7	1 3.7	1 25.0	2 4.3	7 6.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	2 11.8	1 50.0	3 50.0	4 14.8	2 50.0	4 8.7	16 15.7	
	4 จำนวน ร้อยละ	6 35.3	1 50.0	2 33.3	10 37.0	0 0	21 45.7	40 39.2	
	5 จำนวน ร้อยละ	7 41.2	0 0	0 0	11 40.7	1 25.0	19 41.3	38 37.3	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะเกษ	นคร ราช สีมา		
10. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ของ สถาปัตยกรรม ท้องถิ่น	0	0	0	0	0	1	1		12.284
	0	0	0	0	0	2.2	1.0		
	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	0 0	0 0	2 7.4	0 0	3 6.5	6 5.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	2 11.8	0 0	1 16.7	5 18.5	2 50.0	11 23.9	21 20.6	
	4 จำนวน ร้อยละ	9 52.9	2 100. 0	3 50.0	7 25.9	1 25.0	15 32.6	37 36.3	
	5 จำนวน ร้อยละ	5 29.4	0 0	2 33.3	13 48.1	1 25.0	16 34.8	37 36.3	

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test
(One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 2.3.1 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้ความมีสุนทรีย์ศาสตร์ จาก
อัตลักษณ์ของจังหวัด จำแนกตามจังหวัด

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของ จังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
1. ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจ ในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	7.370	5	1.474	2.805 [*]	0.021
ภายในกลุ่ม	50.444	96	0.525		
รวม	57.814	101			
2. ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียง การพูดภาษาถิ่นของผู้คน					
ระหว่างกลุ่ม	9.470	5	1.894	2.334 [*]	0.048
ภายในกลุ่ม	77.902	96	0.811		
รวม	57.373	101			
3. ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่ง กายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่ม ชาติพันธุ์					
ระหว่างกลุ่ม	5.335	5	1.067	1.273	0.282
ภายในกลุ่ม	79.655	95	0.838		
รวม	84.990	100			
4. ความงดงามและความน่าสนใจใน บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน					
ระหว่างกลุ่ม	4.066	5	0.813	0.960	0.446
ภายในกลุ่ม	80.448	95	0.847		
รวม	84.515	100			

ตาราง 2.3.1 (ต่อ)

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของ จังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
5. ความงดงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด					
ระหว่างกลุ่ม	2.964	5	0.593	0.803	0.550
ภายในกลุ่ม	70.879	96	0.738		
รวม	73.843	101			
6. ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จาก แหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	9.791	5	1.958	3.232*	0.010
ภายในกลุ่ม	58.169	96	0.606		
รวม	67.961	101			
7. ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของ พืชพรรณไม้พื้นเมือง					
ระหว่างกลุ่ม	8.844	5	1.769	1.876	0.106
ภายในกลุ่ม	90.529	96	0.943		
รวม	99.373	101			
8. ความงดงาม และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้า พื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	9.509	5	1.902	2.247	0.056
ภายในกลุ่ม	81.246	96	0.846		
รวม	90.755	101			

ตาราง 2.3.1 (ต่อ)

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของ จังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
9. รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของ อาหารท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	1.457	5	0.291	0.390	0.855
ภายในกลุ่ม	71.798	96	0.748		
รวม	90.990	101			
10. ความงดงามและความน่าสนใจของ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	1.406	5	0.281	0.301	0.911
ภายในกลุ่ม	89.584	96	0.933		
รวม	90.990	101			

จากตาราง 2.3.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่อง ความงดงาม คุณค่าและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เรื่องความงดงามและน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน และ เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีของ LSD แสดงดังตาราง 2.3.2

ตาราง 2.3.2 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีของ LSD

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความมั่งคั่ง คุณค่า และ ความน่าสนใจในกิจกรรม ที่เกิดจากวัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	-0.59	0.280
		สุรินทร์	0.91*	0.009
		อุบลราชธานี	0.08	0.728
		ศรีสะเกษ	0.91*	0.026
		นครราชสีมา	0.19	0.347
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	0.59	0.280
		สุรินทร์	1.50*	0.013
		อุบลราชธานี	0.67	0.213
		ศรีสะเกษ	1.50*	0.019
		นครราชสีมา	0.78	0.138
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.91*	0.009
		ชัยภูมิ	-1.50*	0.013
		อุบลราชธานี	-0.83*	0.012
		ศรีสะเกษ	0.00	1.000
		นครราชสีมา	-0.72*	0.025
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.08	0.728
		ชัยภูมิ	-0.67	0.213
		สุรินทร์	0.83*	0.012
		ศรีสะเกษ	0.83*	0.034
		นครราชสีมา	0.12	0.511

ตาราง 2.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงาม คุณค่า และ ความน่าสนใจในกิจกรรม ที่เกิดจากวัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	-0.91 [*]	0.026
		ชัยภูมิ	-1.50 [*]	0.019
		สุรินทร์	0.00	1.000
		อุบลราชธานี	-0.83 [*]	0.034
		นครราชสีมา	-0.72	0.061
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.19	0.206
		ชัยภูมิ	-0.78	0.524
		สุรินทร์	0.72 [*]	0.315
		อุบลราชธานี	-0.12	0.176
		ศรีสะเกษ	0.72	0.378
ความงดงามและความ น่าสนใจในสำเนียงการ พูดภาษาถิ่นของผู้คน	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	1.00	0.141
		สุรินทร์	0.83	0.054
		อุบลราชธานี	-0.22	0.428
		ศรีสะเกษ	0.75	0.137
		นครราชสีมา	0.09	0.735
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-1.00	0.141
		สุรินทร์	-0.17	0.821
		อุบลราชธานี	-1.22	0.067
		ศรีสะเกษ	-0.25	0.749
		นครราชสีมา	-0.91	0.164
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.83	0.054
		ชัยภูมิ	0.17	0.821
		อุบลราชธานี	-1.06 [*]	0.011
		ศรีสะเกษ	-0.08	0.886
		นครราชสีมา	-0.75	0.059

ตาราง 2.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความงดงามและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.22	0.428
		ชัยภูมิ	1.22	0.067
		สุรินทร์	1.06 [*]	0.011
		ศีร์ษะเกษ	0.97 [*]	0.047
		นครราชสีมา	0.31	0.160
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	-0.75	0.137
		ชัยภูมิ	0.25	0.749
		สุรินทร์	0.08	0.886
		อุบลราชธานี	-0.97	0.047
		นครราชสีมา	-0.66	0.161
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.09	0.735
		ชัยภูมิ	0.91	0.164
		สุรินทร์	0.75	0.059
		อุบลราชธานี	-0.31	0.160
		ศีร์ษะเกษ	0.66	0.161
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	-1.00	0.089
		สุรินทร์	0.67	0.074
		อุบลราชธานี	-0.30	0.222
		ศีร์ษะเกษ	0.75	0.086
		นครราชสีมา	0.11	0.624
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	1.00	0.089
		สุรินทร์	1.67 [*]	0.010
		อุบลราชธานี	0.70	0.220
		ศีร์ษะเกษ	1.75 [*]	0.011
		นครราชสีมา	1.11	0.052

ตาราง 2.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.67	0.074
		ชัยภูมิ	-1.67 [*]	0.010
		อุบลราชธานี	-0.96 [*]	0.007
		ศีร์ษะเกษ	0.08	0.869
		นครราชสีมา	-0.56	0.102
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.30	0.222
		ชัยภูมิ	-0.70	0.220
		สุรินทร์	0.96 [*]	0.007
		ศีร์ษะเกษ	1.05 [*]	0.014
		นครราชสีมา	0.40 [*]	0.034
	ศีร์ษะเกษ	บุรีรัมย์	-0.75	0.086
		ชัยภูมิ	-1.75 [*]	0.011
		สุรินทร์	-0.08	0.869
		อุบลราชธานี	-1.05 [*]	0.014
		นครราชสีมา	-0.64	0.117
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.11	0.624
		ชัยภูมิ	-1.11	0.052
		สุรินทร์	0.56	0.102
		อุบลราชธานี	-0.40 [*]	0.034
		ศีร์ษะเกษ	0.64	0.117

* มีความแตกต่างกันรายคู่

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test

ตาราง 2.4 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของ
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกตามสัญชาติ

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ชาวไทย (n = 433)		ชาวต่างประเทศ (n = 102)		t	P value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ความงดงาม คุณค่า และ ความน่าสนใจในกิจกรรมที่ เกิดจากวัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	3.84	1.020	4.23	0.757	-4.246 [*]	0.000
ความงดงามและความ น่าสนใจในสำเนียงการพูด ภาษาถิ่นของผู้คน	3.53	0.974	3.92	0.930	-3.643 [*]	0.000
ความงดงามและความ น่าสนใจในการแต่งกายของ ผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของ กลุ่มชาติพันธุ์	3.41	0.970	3.99	0.922	-5.422 [*]	0.000
ความงดงามและความ น่าสนใจในบุคลิกลักษณะ เฉพาะของกลุ่มคน	3.40	0.934	4.07	0.919	-6.458 [*]	0.000
ความงดงามคุณค่าและความ สมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติของจังหวัด	3.84	0.970	4.04	0.855	-1.898	0.058
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว	3.62	1.026	3.98	0.820	-3.821 [*]	0.000
ความงาม คุณค่าและความ น่าสนใจของพืชพรรณไม้ พื้นเมือง	3.63	1.055	3.92	0.992	-2.629 [*]	0.009

ตาราง 2.4 (ต่อ)

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ชาวไทย (n = 433)		ชาวต่างประเทศ (n = 102)		t	P value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ความงดงาม และคุณค่า ของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน	3.85	1.020	4.05	0.948	-1.790	0.074
รสชาติ คุณค่า และความ น่าสนใจของอาหารท้องถิ่น	3.84	0.931	4.22	0.852	-3.685*	0.000
ความงดงามและความ น่าสนใจของสถาปัตยกรรม ท้องถิ่น	3.84	1.080	4.01	0.949	-1.432	0.153

จากตาราง 2.4 พบว่า คนไทยและชาวต่างประเทศจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่คนไทยจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์น้อยกว่าชาวต่างประเทศ

ภาคผนวก ค.

แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แบบสัมภาษณ์

เรื่องความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในประเด็นของ

- 1.1 สถาปัตยกรรม
- 1.2 อาคารบ้านเรือน
- 1.3 ภาษาพูด
- 1.4 วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์
- 1.5 อาหาร
- 1.6 การแต่งกาย
- 1.7 สภาพแวดล้อม
- 1.8 ลักษณะสังคม

2.ความคิดเห็นเกี่ยวกับความงามในเรื่องของ

- 2.1 สถาปัตยกรรม
- 2.2 อาคารบ้านเรือน
- 2.3 ภาษาพูด
- 2.4 วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์
- 2.5 อาหาร
- 2.6 การแต่งกาย
- 2.7 สภาพแวดล้อม
- 2.8 โครงสร้างสังคม

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี)

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 – 30 ปี ☐ 30 – 40 ปี ☐ 40–50 ปี
☐ 50 - 60 ปี ☐ 60 - 70 ปี ☐ 70ปีขึ้นไป
3. สัญชาติ ☐ ไทย ☐ อื่นๆ(ระบุ).....
3. การศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ ☐ รับราชการ ☐ เกษตรกรรม ☐ รับจ้าง ☐ ธุรกิจส่วนตัว
☐ อื่นๆ (ระบุ).....
5. รายได้ ☐ 1000-5000 บาท ☐ 5001-8000 บาท ☐ 8001 บาทขึ้นไป
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้ ☐ ครั้งแรก ☐ สองครั้ง
☐ มากกว่าสองครั้ง
7. การได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ ☐ มาก ☐ ปานกลาง
☐ น้อย ☐ ไม่ได้รับเลย
8. การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จาก
อัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย
☐ ไม่ใช่เลย

ตอนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี)

ข้อตกลงเบื้องต้น คณะนักวิจัยได้กำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์ การท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และ วัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดดังต่อไปนี้คือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมาซึ่งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามคำแนะนำที่ได้จากการท่องเที่ยวอื่นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ลำดับ	ความมีสุนทรียศาสตร์ จาก อัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1.	ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น						
2.	ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน						
3.	ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่ เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์						
4.	ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน						
5.	ความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด						
6.	ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว						
7.	ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง						
8.	ความงดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน						
9.	รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น						
10.	ความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น						

ขอขอบคุณที่กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม
 คณะนักวิจัย โครงการ การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ...2550.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก

Questionnaire

The Authentic Management of Tourism in the Lower Northeastern Region of Thailand

Directions: This questionnaire is divided into 2 sections:

Section 1 : Question concerning the status informants.

Section 2 : Question concerning the authentic level of tourism in the
Lower Northeastern Region of Thailand (Chaiyaphum, Nakorn
Ratchasima, Buriram, Surin, Srisaket, Ubon Ratchathani).

Section 1 : Question concerning the status informants.

1. Gender ☐ male ☐ female
2. Age ☐ under 20 years ☐ 20-30 ☐ 30-40
☐ 40-50 ☐ 50-60 ☐ 60-70
☐ over 70 years
3. Nationality ☐ Thai ☐ others (please specify).....
4. Education ☐ diploma ☐ bachelor's degree
☐ graduate
5. Occupation ☐ government officer ☐ agriculturist
☐ hireling ☐ your own business
6. Income ☐ less than 10,000 ฿ /month ☐ 10,000 – 30,000 ฿ / month
☐ more than 30,000 ฿/month
7. Tour experience in the Lower Northeastern Region of Thailand
☐ first time ☐ two times
☐ more than two times
8. Tour information acquirement in the Lower Northeastern Region of Thailand
☐ most ☐ moderate
☐ least ☐ none
9. The use of information sources to learn the authentic of tourism from the province identity in the Lower
North-Eastern Region
☐ most ☐ moderate
☐ least ☐ none

Section 2 : Question concerning the authentic level of tourism in the Lower

Northeastern Region of Thailand (Chaiyaphum, Nakorn Ratchasima,
Buriram, Surin, Srisaket, Ubon Ratchathani).

Basic Assumption : The researchers set the authentic level of tourism from the
perception experience level (attraction sites, people, activities, cultures)
of the tourists in the lower northeastern provinces:

Level 5 : The tour experience that makes the tourists appreciate and follow the value from that tour.

Level 4 : The tour experience that makes the tourists satisfy and harmoniously apply that experience into their daily lives.

Level 3 : The tour experience that makes the tourists believe, accept and admire the value of the tourism products.

Level 2 : The tour experience that makes the tourists satisfy the experience of the tourism products.

Level 1 : The tour experience that makes the tourists feel that tourism products were was interesting.

No.	The Authentic of Province Identity	Level					Remarks
		5	4	3	2	1	
1	The beauty, the value, and the interest of the local culture and festival activities.						
2	The beauty and the interest of the local dialect.						
3	The beauty and the interest of the local traditional costume.						
4	The beauty and the interest of the local ethnic people.						
5	The beauty , the value and the perfection of the natural attraction sites.						
6	The interest of the body of knowledge from the attraction sites.						
7	The beauty and the interest of the local flora.						
8	The beauty and the value of the local cloth products.						
9	The taste, the value and the interest of the local food.						
10	The beauty and the interest of the local architectures.						

Thank you very much for your cooperation,

The Researchers of the Research Project:

The Authentic Management of Tourism in the Lower North – Eastern Region of Thailand

Buriram Rajabhat University

Date.....Month.....Year.....

Signature.....Recorder

โครงการสัมมนา แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

หลักการและเหตุผล

ในปี 2549 - 2550 คณะนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานประสานงานการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย(สกว.) ในโครงการการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ และโครงการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ คณะนักวิจัยทั้ง 2 โครงการได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยมาระยะหนึ่งและกำลังเข้าสู่ระยะสุดท้ายที่มีกิจกรรมการนำผลจากข้อมูลในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 มาร่วมประชุมกับผู้ใช้งานวิจัยและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อระดมความคิดในการหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้จัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และสำนักงานผังเมืองจังหวัด ล้วนแล้วแต่เป็นภาคีที่มีส่วนต่อการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ความคิดเห็นของผู้ที่รับผิดชอบในหน่วยงานดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ดังนั้นคณะนักวิจัยโครงการการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และโครงการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จึงจัดประชุมสัมมนาภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางจัดการเรื่องการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

เป้าหมาย

แนวทางการจัดการเรื่องการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการจัดการเรื่องการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการศูนย์วิทยาศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

กิจกรรมการดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูลงานวิจัยในระยะที่ 1
2. ทำโครงการสัมมนา เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. จัดเวทีสัมมนาเพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในประเด็นเรื่อง
 - 3.1 การศึกษากระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
 - 3.2 การจัดการศูนย์วิทยาศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
4. รวบรวมข้อคิดเห็นที่จากการสัมมนา เพื่อใช้เขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการจัดการเกี่ยวกับ การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
2. ได้แนวทางการจัดการเกี่ยวกับ การจัดการศูนย์วิทยาศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ระยะเวลาการดำเนินงาน

กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2550

แหล่งงบประมาณ

งบประมาณจากโครงการวิจัยเรื่องการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และเรื่องการจัดการศูนย์วิทยาศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ผู้รับผิดชอบ

สถาบันวิจัยและพัฒนา และคณะนักวิจัยโครงการวิจัยเรื่องการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

กำหนดการสัมมนา

เรื่อง “แนวทางจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้”

(นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ชัยภูมิ)

วันที่ 30 มีนาคม 2550 เวลา 08.30-16.30 น.

ณ ห้องประชุมศูนย์วิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

- 08.30 - 09.00 ลงทะเบียน
- 09.00 - 09.30 พิธีเปิดและบรรยายหัวข้อ”มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์กับการบริหารงานวิจัยการท่องเที่ยว” โดยรองอธิการบดีฝ่ายวางแผนฯ ผศ.ดร.ประเสริฐ ภูเงิน
- 09.30 - 10.00 นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 เรื่อง การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
- 10.00 - 10.30 นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 เรื่องการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 10.30 - 10.45 พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.45 - 12.00 แบ่งกลุ่มสัมมนาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในประเด็นเรื่อง
1. การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
 2. การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 12.00 - 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 - 14.30 สัมมนากลุ่ม (ต่อ)
- 14.30 - 14.45 พักรับประทานอาหารว่าง
- 14.45 - 16.30 รายงานผลการสัมมนากลุ่มในประเด็นเรื่อง
1. แนวทางการจัดการการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
 2. แนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 16.30 ปิดการประชุม

ส่ง อ.จารุณี ชัยโชติอนันต์ / อ.วิไลรัตน์ ยาทองไชย
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
 โทร 0 4461 1221
 โทรสาร 0 4461 2858

แบบตอบรับเข้าร่วมสัมมนา

โครงการสัมมนา

การหาแนวทางจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

- ☐ เข้าร่วมสัมมนาได้(โปรดกรอรายละเอียด)
- ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่ง.....
 หน่วยงาน.....โทร.....
 โทรสาร..... E-mail :
- ☐ ไม่สามารถเข้าร่วมสัมมนาได้มอบตัวแทนเข้าร่วมสัมมนาดังนี้
1. ชื่อ – สกุล.....ตำแหน่ง.....
 หน่วยงาน.....โทร.....
 โทรสาร..... E-mail :
2. ชื่อ – สกุล.....ตำแหน่ง.....
 หน่วยงาน.....โทร.....
 โทรสาร..... E-mail :

ลงชื่อ.....(ผู้ส่ง)

(.....)

โทร.....

วันที่.....มีนาคม.... 2550...

รายนามผู้สัมภาษณ์ความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยภูมิ
2. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา
3. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
4. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์
5. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ
6. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
7. คุณละมัย หวานนุรักษ์ ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ
8. คุณชื่น กังสีมา ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ
9. นางสาวกนกวลี สุริยะธรรม ภัณฑารักษ์ 5 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดอุบลราชธานี
10. นางสาววิภาดา ชัยเวชสกุล เจ้าของร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านหญ้า จังหวัดอุบลราชธานี
11. นายปรีวาท ทรรคนสฤษดิ์ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา
12. ผศ.ดร.สรเชต วรคามพิชัย.เจ้าของธุรกิจรูปสลักหินทราย
13. อาจารย์เทียนชัย ให้ศิริกุล.สถาปนิกและข้าราชการบำนาญมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
14. อาจารย์วีระวุฒิ บุญมี.ข้าราชการบำนาญ อดีตศึกษานิเทศก์จังหวัดสุรินทร์
15. อาจารย์ราเมศร์ พรหมชาติ.หัวหน้าโปรแกรมวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
16. รศ.ดร.สมมาตร เกิดผล คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
17. อาจารย์ไสว แก้วกัล้า อาจารย์สาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน รศ.วิสุทธิ์ ภิญญานิชกะ

เนื่องด้วยคณะนักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จรรุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวรพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” สัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะนักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของ **สุนทรียศาสตร์**มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะนักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจรรุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน รศ.ดร.สมมารถ ผลเกิด

เนื่องด้วยคณะนักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จารุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวรพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” สัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะนักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของสุนทรียศาสตร์มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะนักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจารุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์เทียนชัย ให้ศรกุล

เนื่องด้วยคณะนักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จารุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวพรพิพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” สัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะนักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของ **สุนทรียศาสตร์**มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะนักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจารุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์อัญชลี เปล่งวิทยา

เนื่องด้วยคณะนักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จารุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวรพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” สัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะนักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของ **สุนทรียศาสตร์**มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะนักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจารุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว

2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ไสว แก้วกล้า

เนื่องด้วยคณะนักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จรรุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวรพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” สัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะนักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของ **สุนทรียศาสตร์**มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะนักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจรรุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย

ภาคผนวก ง.

ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน

กิจกรรม

โครงการสัมมนา แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

30 มีนาคม 2550

ณ. ห้องประชุมศูนย์วิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์









ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูล
โครงการ การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้



ภาพที่ 1. สัมภาษณ์นักวิชาการด้านวัฒนธรรมที่จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 2 รับฟังการบริหารงานการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยว จาก การท่องเที่ยว
จังหวัดศรีสะเกษ



ภาพที่ 3. สัมภาษณ์และรับฟังการบรรยายเรื่องอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าสุรินทร์



ภาพที่ 4. สัมภาษณ์และรับฟังการบรรยายเรื่องอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้ากาบบัว
อุบลราชธานี



ภาพที่ 5. สัมภาษณ์และรับฟังการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา



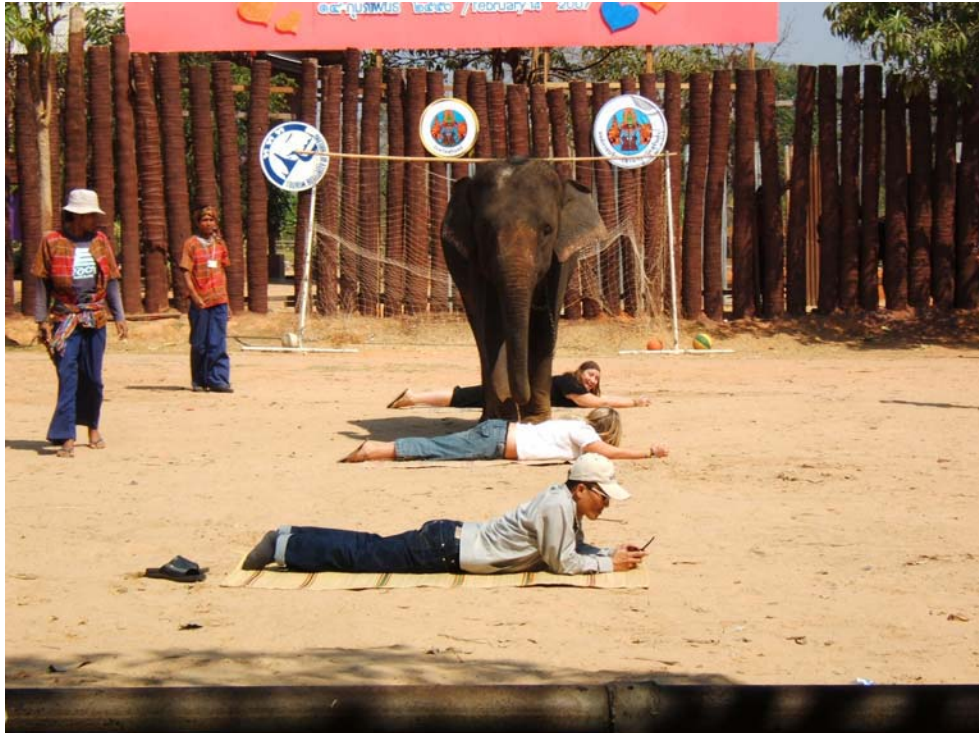
ภาพที่ 6. การรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1 ที่จังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 7. ภาพแสดงการเปิดตัวผ้า “ อันลวยเทียมทรายชมพู “ ผ้าที่เกิดจากการออกแบบให้
สื่อแสดงอัตตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ เชื่อมโยงประวัติผ้าตามกลุ่มชาติพันธุ์ และความงามของ
ปราสาทหินพนมรุ้ง ของเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ เมื่อ วันที่ 31 ธันวาคม 2549



ภาพที่ 8. ภาพการเก็บข้อมูลที่จังหวัดศรีสะเกษ



ภาพที่ 9. การเก็บข้อมูลที่ หมู่บ้านช้าง (บ้านตกลาง) ที่จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 10.
นักวิจัยเก็บข้อมูลที่
จังหวัดชัยภูมิ

ภาคผนวก จ.

ตารางเปรียบเทียบกิจกรรมที่เสนอในข้อเสนอโครงการ และกิจกรรมที่ทำจริง

ตาราง

เปรียบเทียบกิจกรรมที่เสนอในข้อเสนอโครงการ และกิจกรรมที่ทำจริง

1. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1..1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
1. 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
1. 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
1. 4. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการ
การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

2. กิจกรรมหลักที่ทำตาม Proposal

ตามแผนงาน		ปฏิบัติจริง	สนับสนุน วัตถุประสงค์ข้อ ที่*	ร้อยละของ ความพึงพอใจ ต่อผลสำเร็จ
กิจกรรม@	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ได้จริง		
1.การศึกษาเอกสาร และข้อมูลการ ท่องเที่ยว เกี่ยวกับ ความงาม และความ เป็น อัตลักษณ์ของ จังหวัด ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	รายละเอียดและ ข้อมูลเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว เกี่ยวกับ ความงาม และความ เป็น อัตลักษณ์ของ จังหวัด ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	รายละเอียดและ ข้อมูลเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว เกี่ยวกับ ความงาม และความ เป็น อัตลักษณ์ของ จังหวัด ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	ข้อที่ 1.	100 %
2.สัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการและ บุคคลทั่วไป เกี่ยวกับ ความงาม ความ เป็นอัตลักษณ์ ของ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้	รายละเอียดและ ข้อมูลเกี่ยวกับความ งาม และความเป็น อัตลักษณ์ของ จังหวัด ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	รายละเอียดและ ข้อมูล เกี่ยวกับความ งาม และความเป็น อัตลักษณ์ของ จังหวัด ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด	ข้อที่ 1.	100 %

ตามแผนงาน		ปฏิบัติจริง	สนับสนุน วัตถุประสงค์ข้อ ที่*	ร้อยละของ ความพึงพอใจ ต่อผลสำเร็จ
กิจกรรม@	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ได้จริง		
3.การสร้าง แบบสอบถาม เพื่อใช้ สำรวจระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้	แบบสอบถาม เพื่อใช้ สำรวจระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้	แบบสอบถาม เพื่อใช้ สำรวจระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้	ข้อที่ 2.	100 %
4. การสำรวจระดับ ความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	ข้อมูลระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	ระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	ข้อที่ 2.	100 %
5. การวิเคราะห์ ข้อมูลระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ ทั้ง ของชาวไทยและ ชาวต่างชาติจำแนก ตามประเภทของ อัตลักษณ์	ข้อมูลของผลการ วิเคราะห์ข้อมูลระดับ ความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ ทั้ง ของชาวไทยและ ชาวต่างชาติ จำแนก ตามประเภทของ อัตลักษณ์	ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลระดับความมี สุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอิสานใต้ ทั้ง ของชาวไทยและ ชาวต่างชาติ จำแนก ตามประเภทของ อัตลักษณ์	ข้อที่ 2.	100 %

ตามแผนงาน		ปฏิบัติจริง	สนับสนุน วัตถุประสงค์ข้อ ที่*	ร้อยละของ ความพึงพอใจ ต่อผลสำเร็จ
กิจกรรม@	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ได้จริง		
6. การจัดเวทีประชุม ระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์ สถานการณ์ตาม ข้อมูลที่ได้จากการ สำรวจ หาแนวทาง จัดการความมี สุนทรียศาสตร์ การ ท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้	รายละเอียดของ ข้อเสนอแนวทาง จัดการความมี สุนทรียศาสตร์ การ ท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ ตาม หมวดหมู่ของอัต ลักษณ์ที่ได้จากการ สำรวจ	แนวทางจัดการความ มีสุนทรียศาสตร์ การ ท่องเที่ยวของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ตาม หมวดหมู่ของอัต ลักษณ์ที่ได้จากการ สำรวจ	ข้อที่ 3.	100 %
7.การจัดเวทีประชุม ระดมความคิดเห็น วิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทาง กำหนดยุทธศาสตร์ พึ่งพาเสริมสร้าง ความเข้มแข็งการ พัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้สู่ ความยั่งยืนโดย เชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน	รายละเอียดของ ข้อเสนอเกี่ยวกับการ กำหนดยุทธศาสตร์ พึ่งพาเสริมสร้าง ความเข้มแข็งการ พัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้สู่ ความยั่งยืนโดย เชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน	ยุทธศาสตร์พึ่งพา เสริมสร้างความ เข้มแข็งการพัฒนา และจัดการการ ท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้สู่ ความยั่งยืนโดย เชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน	ข้อที่ 4.	100 %

ภาคผนวก จ
ประวัติคณะนักวิจัย

ประวัติคณนักรวิจัย

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ จารุณี สกุล ชัยโชติอนันต์

ที่อยู่ 334/9 ถนนจิระ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

โทรศัพท์สำนักงาน 0-4461-1409 ต่อ 180

โทรศัพท์มือถือ 0-6648-6636, 0 - 4461 -3552

โทรสาร 0-4461-2858

E-Mail jarunee.chaichodanan@gmail.com , jarunee.chaichodanan@hotmail.com

หน่วยงานสังกัด สาขาวิชาสิ่งทอ คณะวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การศึกษา

1. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์เพื่อการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง (เลือกการพัฒนาหัตถกรรมสิ่งทอพื้นบ้าน)
2. การศึกษามหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (เลือกผ้าและเครื่องแต่งกาย)

การทำงาน

1. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ ระดับ 7 สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. 2549 ออกแบบลาย “ผ้าอันลวยเทียมทรายชมพู” เพื่อเป็นผ้าประจำจังหวัดสำหรับเทศบาลเมืองบุรีรัมย์
3. 2549 ออกแบบลาย “ผ้าฝักกูด” เพื่อแสดงเอกลักษณ์ชุมชนโคกเมืองและปราสาทเมืองต่ำสำหรับชุมชนโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
4. 2548 ออกแบบลาย “ผ้าขาวม้ายกขิด” เพื่อแสดงเอกลักษณ์ ของชาวไทย-เขมรบุรีรัมย์ และจังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับคณะรัฐมนตรีในโอกาสประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจร ที่จังหวัดบุรีรัมย์
5. เป็นวิทยากรอบรมเรื่อง การออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผ้าพื้นเมืองให้แก่กลุ่มสตรีทอผ้าของหน่วยงาน พัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่ม

ปฏิรูปที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดบุรีรัมย์ กระทรวง
แรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นต้น ตั้งแต่ปี 2539 – ปัจจุบัน

6. ผ่านการอบรมหลักสูตรการควบคุมคุณภาพผ้า โดยสมาคมเครื่องนุ่งห่มไทย เป็น
เวลา 1 เดือน ปี 2538

7. สอนรายวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ, การทอผ้าพื้นเมือง 1 และ 2, การพัฒนา
หัตถกรรมผ้าพื้นเมือง, ออกแบบการจัดแสดงผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ตั้งแต่ปี 2526 – ปัจจุบัน

8. เป็นอาจารย์ประจำโปรแกรมคหกรรมศาสตร์ สอนในรายวิชาออกแบบเสื้อผ้าและเครื่อง
แต่งกาย, การสร้างและการแยกแบบ, ตัดเย็บเสื้อผ้า ฯลฯ ในสาขาผ้าและเครื่องแต่งกาย
วิทยาลัยครูบุรีรัมย์ 2519 - ปัจจุบัน

เอกสารและบทความ

1. บทความเรื่อง “เทคโนโลยีการทอผ้าภูมิปัญญาที่ยั่งยืน” ปี 2542 วารสาร
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

2. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การทอผ้าพื้นเมืองลายพื้นฐาน”

3. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การทอผ้าพื้นเมืองลายพิเศษ”

4. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ”

5. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การสัมมนาสิ่งทอ”

6. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การออกแบบจัดแสดงผลิตภัณฑ์สิ่งทอ”

7. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การพัฒนาหัตถกรรมผ้าพื้นบ้าน”

8. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอก”

9. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง”

10. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การฟอกย้อมไหมด้วยสีธรรมชาติ และ
สีสังเคราะห์”

11. ได้รับเกียรติตีพิมพ์บทความเรื่อง “การเลือกผ้าไหมบุรีรัมย์ ตามเอกลักษณ์ของ
ชนเผ่า “ และ “ผ้าไหม(หางกระรอก)บ้านสนวน” ในหนังสือ ทราวเวลแอนสปอร์ต ฉบับเดือน
กุมภาพันธ์ 2547

12. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การพัฒนาผ้าโบราณไทยเขมร (โฮล, สมอ,
อันลูนเซียม) ปี 2548

13. เอกสารการอบรมเรื่อง การฟอกย้อมผ้าฝ้ายและเรยอนด้วยสีรีแอคทีฟ ปี 2549

14. เอกสารการอบรมเรื่องการออกแบบผ้ามัดหมี่ลายประยุกต์ (น้ำไหล และสายฝน)
ปี 2549

การทำงานวิจัย

1. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอก ตำบลสนวน
อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้รับทุนจาก สกอ. ปี 2547
2. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอาชีพ
เสริม กลุ่มชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจระเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
ทุน สกอ. ปี 2548
3. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ้าพื้นบ้านอำเภอ
กระสัง : กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าวัดบ้านกระโดนไม้แดง ทุนสกอ. ปี 2548
4. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาที่ตั้งโต๊ะสำหรับออกแบบลายผ้า ทุน
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปี 2549
5. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่ม
จังหวัดอีสานใต้ ทุน สกว. ปี 2549
6. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเครื่องตีเกลียวเส้นไหม ทุน สกว. (IRPUS) ปี
2550
7. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาไหมคลุมไหล่ ทุน สกว. (IRPUS) ปี 2550

นักวิจัย

ชื่อ นางสาวปิยะนันท์ สกุล สายัณห์ปทุม

ที่อยู่ 439/71 ถ.จิระ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์สำนักงาน 0 4461 1221 ต่อ 129 โทรสาร 0 4461 2858

โทรศัพท์มือถือ 089 6282735 Email j1081009 @ hotmail.Com

หน่วยงานสังกัด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

ประวัติการศึกษา

- คบ.อุตสาหกรรมศิลป์ (ก่อสร้าง, ศิลปหัตถกรรม) วิทยาลัยครูพระนคร

- กศม.อุตสาหกรรมศึกษา มศว.ประสานมิตร

ประวัติการทำงาน

- 24 มกราคม 2528 - ปัจจุบัน อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สิงหาคม 2546 – ตุลาคม 2548 หัวหน้างานบริหารงานทั่วไปศูนย์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- 1 ตุลาคม 2548 – 30 กันยายน 2550 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- วิทยากรงานหัตถกรรมท้องถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 - ปัจจุบัน

ผลงานวิจัยที่ผ่านมา

การสร้างกระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนในการเสริมสร้างนิสัยรักการอ่านและการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิตกรณีศึกษา : ชุมชนบ้านยาง ตำบลบ้านยาง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

การติดตามผลบัณฑิตคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม รุ่นปีการศึกษา 2547 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมหางกระรอก : กรณีศึกษาผ้าไหมหางกระรอกตำบลสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อ รพีพรรณ สกุล พงษ์อินทร์วงศ์

ที่อยู่ 439/93 ถ.จิระ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์สำนักงาน 0 4461 1221 ต่อ 120

โทรศัพท์มือถือ 086 871 7273

โทรสาร 0 4461 2858

Email rapeepan_ribr@hotmail.Com

หน่วยงานสังกัด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ตำแหน่ง อาจารย์

ระดับ 7

การศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการโรงแรม)มหาวิทยาลัยรังสิต นิเทศศาสตรบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์)มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
การทำงาน	ผู้จัดการฝึกหัด บริษัทนารายณ์พิชเชอเรีย สาขา ลาดพร้าว อาจารย์ ระดับ 7 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
งานวิจัย	1. วิจัยร่วม เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนสมุนไพรบ้านระกาใต้ อ.กระสัง จ.บุรีรัมย์ 2. วิจัยร่วม หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์