

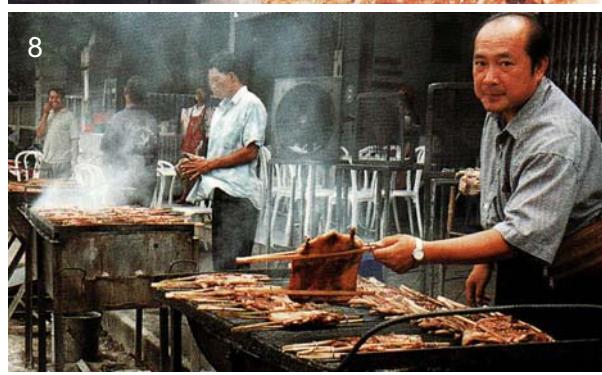
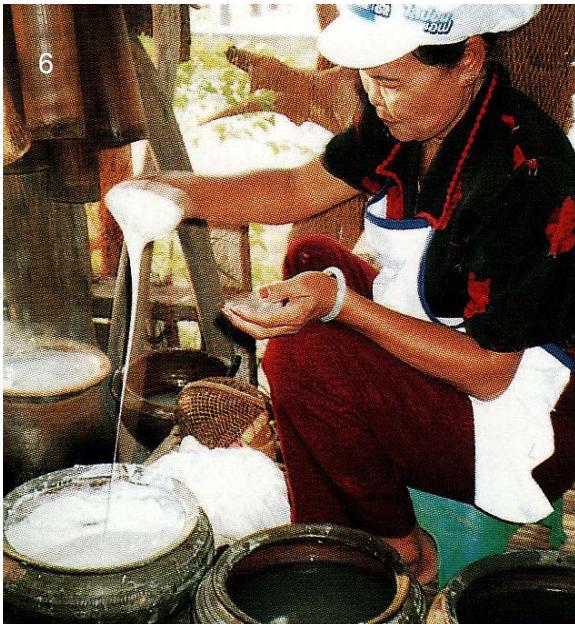
เรื่อง รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบว่ามีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 ระดับ 4 และระดับ 5 เท่าๆกัน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ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

ภาพประกอบที่ 17.ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องรสชาด คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น



- 1 , 2 , 3 ไก่ย่าง ผัดหมี ส้มตำโคราช
อาหารพื้นบ้านของชาวอีสานใต้
4. ไก่ย่างอาหารขึ้นชื่อของโคราช
5. เห็ดละิง หรือเห็ดโคนอาหารจากป่าที่
อุดมสมบูรณ์ในภาคอีสาน

ภาพประกอบที่ 17 (ต่อ)



6. การทำขนมจีนแบบพื้นบ้าน

จังหวัดนครราชสีมา

7,8 ไก่ย่างท่าช้าง ไก่ย่างที่ขึ้นชื่อ

ของจังหวัดนครราชสีมา

9. ชาวบ้านล้างพืชผักในคลองน้ำ
ก่อนนำออกขาย

เรื่องความคงทนและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นพบว่า มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ใน ระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ใน ระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ใน ระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมืองพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต่อแบบสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

ภาพประกอบที่ 18. ภาพแสดงผลการวิจัยระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องความคงทนและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น



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

จากตาราง ที่ 3. ในภาคผนวก ข. พบร่วมกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกๆ เรื่อง จึงทำการเปรียบเทียบเชิงช้อนตามวิธีของ LSD ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 4. ในภาคผนวก ก. พบร่วมกัน ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เมื่อเปรียบเทียบเชิงช้อนเป็นรายจังหวัด มีความแตกต่างกันรายคู่

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอีสานใต้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากประสบการณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 102 คน คะแนนกิจกรรมใช้คอมพิวเตอร์ 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) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยว ที่มีอยู่ 5 ระดับคือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีดีไซน์ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและเชื่อมโยงค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

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

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เบรี่ยบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ จากตารางที่ 2.1.1 ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. พบรากลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 102 คน เป็นชายร้อยละ 80.4 เป็นหญิงร้อยละ 19.6 มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.4 มีการศึกษาระดับปริญญาต่ำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพครุภัณฑ์ส่วนตัวและมีรายได้ 8,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.8 และ 53.9 และจากประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่าสองครั้งคิดเป็นร้อยละ 49.0 สำหรับการได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.4 และ การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ พบร่วงพบร่วงในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.4

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

จากการที่ 2.2.1. ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. คะแนนกวิจัยวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดในแต่ละเรื่องพบว่า

เรื่องความคงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต่อแบบสอบตามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน จังหวัดศรีสะเกษผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความคงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต่อแบบสอบตามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 2 และ 4 เท่ากัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความคงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต่อแบบสอบตามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 ระดับ 4 และระดับ 5 เท่ากัน จังหวัดชัยภูมิผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดนครราชสีมาผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต่อแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความคงดีและความน่าสนใจในบุคลิกักษณะเฉพาะของกลุ่มคน พบร้าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต้องแบบสอบถามไปเทียบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณาร่วมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5

เรื่องความคงงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน จังหวัดขัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 5 เท่ากัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ต้องแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณาร่วมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต้องแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง พบร่วมกับความสมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัด

บุรีรัมย์ผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และเมื่อพิจารณาร่วมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต้องแบบสอบตามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องความดงงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4

เรื่องรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบร่วมกับความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และ 4 เท่ากัน จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัดอุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน จังหวัดศรีสะเกษผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และจังหวัดนครราชสีมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และเมื่อพิจารณารวมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5

เรื่องความคงดามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมห้องถีน พบร้าไม่มีความสัมพันธ์กับจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยในจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ใน ระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 จังหวัดคุบลราชธานีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 จังหวัด

ศรีสะเกษผู้ต่อแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 3 และจังหวัดครราชสีมาผู้ต่อแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 5 และเมื่อพิจารณาร่วมทั้ง 6 จังหวัดพบว่าผู้ต่อแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน

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

จากตารางที่ 2.3.1 พบว่า ผู้ต่อแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่อง ความงดงาม คุณค่าและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยวและประเพณีท้องถิ่น เรื่องความงดงามและน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน และ เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากการแหล่งท่องเที่ยว จึงทำการเปรียบเทียบเชิงชั้นตามวิธีของ LSD แสดงดังตาราง 2.3.2 ในภาคผนวก ก.

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t-test

จากตารางที่ 2.4 ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข. พบว่า คนไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากอัตลักษณ์ของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยวและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากการแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

4.2.3 เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณานักวิจัยเลือกใช้การจัดเวลาที่วิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

จำนวน 30 คน จากหน่วยงานสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์กรบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1-2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึงผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ บันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทำได้อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเห็นว่าเรื่องของความมีสุนทรียศาสตร์เกี่ยวข้องของความรู้สึก เป็นเรื่องใหม่ที่หน่วยงานของเขางлав่า เนื่องจากความมีสุนทรียศาสตร์ถือเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่งไม่เคยมีการพูดถึงกันเลย ยังไม่ค่อยเข้าใจนักว่าเป็นเรื่องอะไร เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความรับผิดชอบของหน่วยงานของเขาย่างไร บ้าง เมื่อคนละ วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการหารือด้วยความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สมาชิกประชุม จึงมีความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวว่าสามารถหาแนวทางจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ของจังหวัดได้โดยแยกเป็นประเด็นไว้ดังนี้คือ

เรื่องของความมุงదาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด เพื่อให้นำไปสู่การปฏิบัติตั้งแต่ระดับชุมชน เพื่อให้กิจกรรมที่เป็นประเพณีและวัฒนธรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นพร้อมๆ กันในวันสำคัญที่กำหนด โดยอาจมีกิจกรรมนี้ๆ ที่สอดคล้อง เสริมสร้าง หรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมตามวัฒนธรรมประเพณีเหล่านั้นบ้าง ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมดังกล่าวทรงคุณค่า เช่นเดียวกับคุณค่าในความรู้สึกของผู้คนในท้องถิ่น

เรื่องของความมุงดามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ที่ประชุมเห็นว่า จังหวัดควรรณรงค์ให้มีการพูดภาษาถิ่นของตนของอย่างชัดเจนในกิจกรรม รูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะสถานศึกษา สวนคุ้นไทยที่เป็นภูมิภาคต่างชาติควรสนับสนุนให้พยายามสื่อสารกับสามีด้วยภาษาถิ่นของตนเอง แทนการพยายามพูดภาษาต่างชาตินอกจากนั้น ยังเห็นว่าเพลงพื้นบ้าน เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่สนับสนุนให้มีการพูดภาษาถิ่นมากขึ้น

เรื่องของความมุงดามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ สมาชิกที่ประชุมเห็นว่าการแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คน แต่การแต่งกายดังกล่าวยังมีการใช้บ้างในงานที่เป็นโอกาสพิเศษเท่านั้น จึงควรรณรงค์ให้คนรุ่นใหม่แต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากขึ้น โดยต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านให้สามารถประยุกต์ใช้กับรูปแบบเครื่อง

แต่งกายในยุคปัจจุบันได้ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการแต่งกายตามลักษณะกลุ่มชาติพันธ์ อย่างน้อยก็ควร มีการแต่งกายรูปแบบนี้ในโอกาสพิเศษ

เรื่องของความมุงดงและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ในที่ประชุมเห็นว่าควรข่วยกันรณรงค์ในเรื่องบุคลิกภาพที่เป็นความดี ความซื่อสัตย์ ความกล้าหาญ และความมีน้ำใจให้คงอยู่ และในขณะเดียวกัน บุคลิกภาพที่ไม่พึงประสงค์หรือบุคลิกภาพที่ไม่ดงามตามแบบของคนไทยก็ไม่ควรเห็นด้วยกับบุคลิกภาพเหล่านั้น โดยเฉพาะโดยเฉพาะกับกลุ่มคนที่ต้องเกี่ยวข้อง หรือใกล้ชิดกับชาวต่างชาติ

เรื่องของความมุงดง คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัด ที่ประชุมเห็นว่าองค์กรบริหารส่วนจังหวัด ควรกำหนดดูถูกศาสตร์การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านั้นไปจนถึงในระดับพื้นที่คือองค์กรบริหารส่วนตำบล ให้ ช่วยกัน ทำความเข้าใจให้เห็นความสำคัญในการดูแล อนุรักษ์ สงเสริม ซ้อมสร้างโดยควรกำหนดดูถูกศาสตร์ให้สอดคล้องกับคุณค่าและความงามที่จังหวัดมีอยู่อย่างเด่นชัด โดยยกกรณี ตัวอย่างเช่นจังหวัดชัยภูมิ ศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานีเป็นต้น

เรื่องของความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุดต้อง จะช่วยสร้างความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวได้ โดยจะต้องประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งแหล่งกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างตลาดและสมำเสมอ ควรให้ความสำคัญในการใช้มัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว ดังนั้นการอบรมมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

เรื่องของความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง ที่ประชุมเห็นว่าควรพยายามหาจุดเด่นของพืชพรรณไม้ที่จังหวัดมีอยู่ อาจไม่ใช่พืชพรรณไม้ที่มีความสวยงามแต่อย่างเดียว แต่ความของคุณค่าและความงามของพืชพรรณไม้ในประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ ด้วย ที่ประชุมได้ยกกรณีตัวอย่างเช่นจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งที่เป็นพื้นที่แห้งแล้ง แต่ก็มีพืชพรรณไม้ที่น่าสนใจ คือหอมและกระเทียมที่มีคุณภาพดี ทั้งในแง่ของคุณภาพที่ดีต่อสุภาพ และคุณภาพที่ดีในการเก็บรักษาเป็นต้น หรือแม้แต่จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีส้มโอขนาดใหญ่ที่มีรสชาติดี แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายเป็นต้น ก็ควรให้การสนับสนุน หรือหาวิธีการทำให้ส้มโอขนาดบุรีรัมย์เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปด้วย

เรื่องของความมุงดงและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ที่ประชุมเห็นว่าจังหวัดอุบลราชธานีเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องของการออกแบบผ้าที่สอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์จังหวัด อุบลราชธานี ยอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี และ

สามารถสร้างแบรนด์ ผ้ากาบบัวให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกระดับ จังหวัดอื่นๆ ควรนำไปเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าเหล่านั้นเกิดคุณค่าต่อการท่องเที่ยวทั้งในด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และด้านการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

เรื่องของรัฐสัตติ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า ในทุกจังหวัดควรพยายามคงรูปแบบ สูตร และรัฐสัตติที่เป็นความดั้งเดิมไว้ โดยรัฐสัตติอาจปรับปรุงให้ถูกลิ้นชาวต่างชาติบ้าง แต่ควรกำหนดว่าลักษณะที่ถูกต้องของอาหารดังกล่าวควรเป็นเช่นไร เช่นผัดหมี่ควรเป็นอย่างไร ส้มตำควรเป็นอย่างไร โดยเฉพาะส้มตำ ควรมีการกำหนดความแตกต่างในความเหมือนของแต่ละจังหวัดให้ชัดเจน เช่น ถ้าจะกินส้มตำให้วุ้งถึงคุณค่าความเป็นส้มตำควรไปกินที่ภาคอีสานเป็นต้น นอกจากนี้ยังเห็นว่าควรหยิบอาหารประเภทส้มตำมาทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจไปทั่วโลกได้ และเห็นว่าดำเนินงานวัฒนธรรมจังหวัดเหมาะสมที่สุดที่จะทำงานนี้

เรื่องของความคงดามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ที่ประชุมเห็นว่า สำนักผังเมือง เทศบาล และองค์กรบริหารส่วนจังหวัด น่าจะพิจารณาความคุณค่า ความงาม และมีสุนทรียศาสตร์ทางด้านสถาปัตยกรรมควบคู่ไปกับการวางแผนเมือง หรือการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นสาธารณะทุกประเภท ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด กล่าวกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังจังหวัดนั้นๆ สถาปัตยกรรมที่มีอยู่ในตัวเมืองควรสื่อแสดงถึงบุคลิกของจังหวัดนั้นๆอย่างชัดเจน เรียกวันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามายังเมืองแล้ว ควรสัมผัสได้ในอัตลักษณ์ของจังหวัดนั้นๆ ที่ประชุมยกตัวอย่างกรณี จังหวัดครรคาซีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดศรีสะเกษเป็นกรณีตัวอย่าง

4.3.4 เพื่อศึกษาอยุทธาศาสตร์พัฒนาสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสาน ให้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยนักวิจัยได้ตั้งคำถามสำหรับงานวิจัยว่า อยุทธาศาสตร์พัฒนาสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสาน ให้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำได้อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มจังหวัดอีสาน ให้มีรายได้ติดต่อ กับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศไทย ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศไทย เรียกว่า เป็นบ้านพี่เมืองน้องกัน จากการประชุมกลุ่มประเทศโดยผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้อภิปรายกันว่า เนื่องจากประเทศไทยเพื่อนบ้านดังกล่าว มีวัฒนธรรมประเพณีทั้งที่คล้ายคลึงกันในรูปแบบ และอาจแตกต่างกันบ้างในรายละเอียด แต่มีจุดประสงค์อย่างเดียวกัน คือ เป็นวัฒนธรรมที่เป็นกลไกทางสังคม เพื่อที่จะทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขเสมอภาค มีความเคารพซึ่งกันและกัน บางอย่างอาจ

ต้องผ่านตัวแทน เช่นกฎดี เทวดาอารักษ์ หรือคุณงามความดีของบรรพบุรุษ บางอย่างอาจไม่ต้องพึงพาตัวแทน วัฒนธรรมชุมชนเหล่านี้เป็นตัวตนของกลุ่มคนที่เป็นของแท้ เป็นสิ่งที่น่าค้นหา เป็นสิ่งที่น่าศึกษาเพื่อความมีสุนทรียศาสตร์ของการใช้ชีวิตในสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นความมหัศจรรย์แห่งชีวิต บางกิจกรรมอาจให้คำตอบในพุทธิกรรมที่คนในชุมชนปฏิบัติอยู่ ดังนั้น ในที่ประชุมจึงเห็นพ้องกันโดยสรุปว่า การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในเทศบาลประจำที่ ท้องถิ่นนั้นมีอยู่น่าจะใช้เป็นยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนได้โดยเชื่อมโยงกับประเทศไทยเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี โดยกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศไทยเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

ผลการวิจัยทั้งหมดสามารถสรุปตามคำถามงานวิจัยได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 4.1 แสดงการสรุปผลการวิจัย

คำถามข้อที่	ผลการวิจัยพบว่า
1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร	<p>อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเฉพาะที่เป็นไปตามการดำเนินชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมทางสังคม มี 10 ประเภทคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อัตลักษณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น 2. อัตลักษณ์เกี่ยวกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่น 3. อัตลักษณ์เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คน 4. อัตลักษณ์เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของกลุ่มคน 5. อัตลักษณ์เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 6. อัตลักษณ์เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว 7. อัตลักษณ์เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง 8. อัตลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฝ้าพื้นบ้าน 9. อัตลักษณ์เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น 10. อัตลักษณ์เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

คำถามข้อที่	ผลการวิจัยพบว่า
2. ค ว า ม มี สุนทรียศาสตร์ของกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้อยู่ใน ระดับใด	<p>นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ t - test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ก้าวท่องเที่ยว แตกต่าง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความดงดราม่า คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความมงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของ กลุ่มชาติพันธ์ ความมงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของ กลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากการแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม่พื้นเมือง และ วัฒนาดิศ คุณค่า และ ความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับ ความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย</p>
3. แนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์ก้าว ท่องเที่ยว ควรทำ อย่างไร	<p>การหาแนวทางในเรื่องของการจัดการเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์ก้าวท่องเที่ยว พบร่วมกับ จังหวัดควร กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึงระดับพื้นที่</p>
4. ยุทธศาสตร์พิงพา เสริมสร้างความ เชื่อมแข็งการพัฒนาและ จัดการก้าวท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดย เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำ ได้โดยการควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านใน เทศกาลประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับ ประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก	

4.3 อภิปรายผล

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากความมีอัตลักษณ์ของจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นของแท้ เป็นของจริง จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามตัวตนของท้องถิ่นนั้นๆ ผลการวิจัยที่ได้มาข้างต้นสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้คือ

4.3.1 คำถามงานวิจัยข้อที่1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีลักษณะเป็นอย่างไร สามารถอภิปรายผลตามหมวดหมู่ของอัตลักษณ์ได้ดังนี้คือ

4.3.1.1 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของ อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จะมีวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อภิปรายผลได้ว่า วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของคนไทยอีสานนั้นผูกพันกับพิธีกรรมของผู้คนในท้องถิ่น และพิธีกรรมทางศาสนา เนื่องจากพิธีกรรมทางท้องถิ่นนั้น จะเกี่ยวเนื่อง และสอดคล้องกับสภาพเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำกราบไหว้ และความแห้งแล้ง สภาพทั่วไปของภาคอีสานจะมีความแห้งแล้งคล้ายกัน ดังนั้นในแบบทุกพื้นที่ จะประกอบพิธีกรรมเกี่ยวกับการทำฟันเพื่อให้สามารถทำการเกษตรได้ผลดี สำหรับพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ยิ่งเป็นเรื่องที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากที่สุด เพราะชาวอีสานส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ดังนั้นวัฒนธรรมและประเพณีการแหะเทียนพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีการบวชนาค ประเพณีการทำกฐิน ประเพณีการทอดผ้าป่า ก็จะมีอยู่ในทุกๆจังหวัด และแม่นว่า พิธีกรรมหรือวัฒนธรรมบางอย่างอาจแตกต่างกันในเรื่องของ วาระ แต่ในรายละเอียดของการทำพิธีกรรมเหล่านั้นจะเป็นรูปแบบหรือวิธีการที่คล้ายๆกัน ทั้งนี้เนื่องจากความเป็นคนไทยอีสานที่มีความเคารพในเรื่องของผู้เคารพในเรื่องบุญวาสนา เคารพในเรื่องความกตัญญู เคารพการเป็นผู้ใหญ่ผู้น้อย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้คนอีสานใต้มีวัฒนธรรมและประเพณีที่คล้ายคลึงกัน เช่นในประเด็นของ ประเพณีชื่นเข้านมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีการฉลองวันชัยชนะท้าวสุรนาครี จังหวัดนครราชสีมา หรือประเพณีบวงสรวงขุนภักดิชุมพล จังหวัดชัยภูมิ ก็จะมีโครงสร้างในการประกอบพิธีกรรม และจุดมุ่งหมายอันเดียวกันคือ การรำลึกถึงคุณงามความดีของบรรพบุรุษ ที่ได้ให้สิ่งดีงามแก่คนรุ่นหลัง สิ่งดีงามเหล่านี้เป็นคุณค่าและความคงทนทางสุนทรียศาสตร์ที่เกิดจากความคงทนของจิตใจผู้คน ก่อให้เกิดความคงทนที่เป็นสถาปัตยกรรม หรือแม้แต่กิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของตนเอง

4.3.1.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของ อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน สำเนียงภาษาของชาวอีสาน มีทั้งความเหมือน และความ

แต่ก่อต่าง อภิปราชย์ผลได้ว่า ภาษาเป็นความงามของท่วงทำนองจากเสียง น้ำเสียง และจังหวะ จึงเป็นปรากฏการณ์ที่แม่ว่าผู้ฟังจะฟังไม่ออกหรือไม่รู้ความหมาย แต่ก็สามารถเข้าใจความถ่อมและความรู้สึกได้จากสำเนียงพูดนั้นได้ เช่นเดียวกับกับการฟังเสียงดนตรี การฟังเสียงร้องของสัตว์เป็นต้น กล่าวกันว่าจากสภาพแวดล้อมของชาวอีสานที่เป็นที่แห่งแหล่งทุรกันดารเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้ชาวอีสาน อดทน ใจดี และสามารถสร้างความสุขบนความทุกข์ยากได้อย่างดี ภาษาและน้ำเสียง เป็นสื่ออย่างหนึ่งสำหรับการบรรยาย ความสุข ความทุก ความรื่นเริง ความใจดี ความมีอัธยาศัย เหล่านั้น บางครั้ง ภาษาอีสานด้วยสำเนียงที่ทดสอบของชาวชัยภูมิและชาวจุบราชธานี เป็นน้ำเสียงและสำเนียงที่ บ่งบอกถึงความอยู่เย็นเป็นสุข ในบรรกาศที่เย็น ชื่น ขณะเดียวกัน ภาษาอีสานของชาวศรีสะเกษ ที่สันกระชัน จะบ่งบอกถึงความอดทน และมุ่งมั่นเพื่อพัฒนาอะไร บางอย่างของชีวิต บางคนใช้คำพูดง่ายว่า พึงดูนุ่มนุ้ย พึงดูกระด้าง พึงดูสนุกสนาน เป็นต้น

สำเนียงจากภาษา นอกจากรากที่เป็นภาษาพูดทั่วไปแล้ว ยังมีการใช้เพื่อบอกกว่าเป็น กิจกรรมพิเศษ เช่นการอ่านผณา ถ้าหากท่องเที่ยวได้เข้าฟังการร้องผณาในเทศกาลบุญ บางคน อาจมีน้ำตารือโดยไม่ทราบสาเหตุ วิเคราะห์กันได้ว่า ท่องทำนองและน้ำเสียงดังกล่าวทำ ให้เกิด ความจับใจในน้ำเสียงเหล่านั้น

เพลง หรือกลอน หรือลำ หรืออื่นๆ ในประเภทเดียวกันนี้ ก็เป็นสำเนียงที่บ่งบอกความถ่อม ในเนื้อเพลงที่ต้องการสื่อได้ เช่นกัน ผู้วิจัยพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินlays คนที่ หลงใหล และชอบเพลงอีสาน ที่เรียกว่า หมอลำ กล่าวได้ว่า ในพ.ศ. ๒๕๕๐ คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า นักร้องลูกทุ่งอีสานชายหญิงที่ชื่อ ไมค์ ภิรมย์พร และต่าย อรทัย เป็นนักร้องที่ร้องเพลงในเนื้อหา ของผู้ใช้แรงงานได้กินใจที่สุด ถึงแม่ว่าผู้ฟังจะไม่เคยรู้สชาติชีวิตของผู้ใช้แรงงานก็ตาม แต่เมื่อได้ 听 เพลงเหล่านี้ ผู้ฟังจะรับรู้ถึงความรู้สึกทุกข์ยาก รู้สึกถึงการดิบจนต่อสู้ รู้สึกถึงความผูกพันที่มีต่อ ครอบครัว นั่นหมายความว่า นอกจากราบเนื้อเพลงที่มีเนื้อหาที่ดีแล้ว สำเนียงการร้องของนักร้องยัง สามารถสื่อแสดงถึงความงดงามของการต่อสู้ชีวิตเหล่านั้นได้อีกด้วย

ดังนั้นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คนชาวอีสาน จึงมีกลิ่นอายของ ความมานะอดทน ความสนุกสนาน ร่าเริง ความซื่อสัตย์จริงใจ ซึ่งทั้งหมดเป็นเสน่ห์ของชาวอีสาน ที่ทำให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย

4.3.1.3. อภิปราชย์ผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่ง กายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ การแต่งกายของชาวอีสาน สอดคล้อง กับกิจกรรมการทำนาในชีวิตประจำวัน ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ การนุ่งชิ้นที่มีลักษณะ หลากหลาย เช่น การนุ่งชิ้นป้าย สั้น ที่ออกจากฝ่าย ของชาวอีสานกลุ่มชาติพันธ์ลาว เป็นผลมาจากการ

อากาศที่หนาวเย็น และพื้นที่ทำกินที่เป็นทุ่งหญ้าสูง การออกแบบตีนซินที่สวยงามของชาวอีสานในกลุ่มชาติพันธ์ ลาว เขมร และกุย มีความหมายถึงความมานะพยายามและความดงดามของจิตใจของกลุ่มชนตระหง่าน การนุ่งโงกรอบแบบของกลุ่มชาติพันธ์ไทยเดิม และชาติพันธ์เขมร เป็นการนุ่งผ้าที่ได้รับวัฒนธรรมมาจากผ้านุ่งของเจ้านายฝ่ายใน และเป็นผ้านุ่งที่ใช้นุ่งเพื่อความกระชับกระเจงในการทำงานในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงวิธีการนุ่งจับจีบในราวนุ่งซินของชาวอีสาน ได้ในแต่กลุ่มชาติพันธ์เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายถึงความเป็นตัวตน สัญลักษณ์เหล่านี้เกิดจาก การออกแบบเครื่องแต่งกายที่สนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และประโยชน์ในด้านความดงดามและความสุขทางด้านจิตใจที่ได้นุ่งผ้าที่สวยงาม ที่มีสื่อสัญลักษณ์ที่ลงตัวกันอย่างเหมาะสม ดังจะเห็นได้ว่า เครื่องแต่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ของชาวอีสานได้ยังคงสื่อความหมายของการเป็นกลุ่มชาติพันธ์ได้จนถึงปัจจุบัน ทั้งในเรื่องของรูปแบบในการแต่งกาย เนื้อผ้าที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกาย บทบาทของเครื่องแต่งกาย ลวดลายและสีสันที่ใช้ในเครื่องแต่งกายเป็นต้น

4.3.1.4 ภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน บุคลิกลักษณะของผู้คนเป็นการแสดงออกของตัวตนที่แท้จริงอย่างชัดเจน เราอาจได้ยินผู้คนพูดถึงตัวเองอย่างภูมิอภูมิใจ เช่น “ผมเป็นคนเมืองเพชร” “ฉันเป็นคนโคราช” เป็นต้น คำกล่าวเหล่านี้ เป็นคำกล่าวที่เหมือนไม่ต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม เมื่อ กับการละไว้ในฐานที่เข้าใจกันว่า คนในเมืองนั้นมีบุคลิกลักษณะเป็นเช่นไร โดยรวมแล้ว อีสาน ได้เป็นใจดี อ่อนน้อมถ่อมตน ค่อนข้างขี้อาย มีมานะอดทน และสนุกสนาน บุคลิกเหล่านี้เกิดจาก วิถีการทำในชีวิตของเขานั้นเอง ความเป็นคนใจดีอาจเนื่องมาจากการเข้าใจในเรื่องความทุกข์ ยากและความลำบาก ประกอบกับวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวพันกับศาสนาอย่างหนึ่งหนึ่ง ก่อให้เกิดความเข้าใจความลำบากของคนอื่นๆ และเห็นว่าควรให้ความอนุเคราะห์หรือช่วยเหลือ ตามความสามารถ และโดยเฉพาะผู้มาจากแดนไกล ชาวอีสานเห็นว่าผู้มาเยือนเป็นผู้ที่มีเกียรติ และเป็นการให้เกียรติตนเอง ดังนั้นจึงแสดงความมั่นใจต่อผู้มาเยือนอย่างจริงใจและเป็น ธรรมชาติ จึงเป็นบุคลิกเฉพาะตัวของคนอีสานที่เป็นอัตลักษณ์ของตนของอย่างแท้จริง

4.3.1.5 ภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด จังหวัดในอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัด มีเขตเดนกว้างขวาง มีภูมิประเทศทั้งที่แห้งแล้งและอุดมสมบูรณ์ อาจจะดูมีความสมบูรณ์น้อย กว่าแหล่งท่องเที่ยวในภาคอื่นๆ แต่ในบริบทเหล่านั้นก็เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว เป็นความงามที่เป็น อัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่นความสมบูรณ์ของป่าดงพญาเย็นที่เข้าใหญ่จังหวัดครัวซีมา ความ สวยงามและอุดมสมบูรณ์ที่เหมาะสมกับการพักผ่อนของอำเภอวังน้ำเยีย ความสวยงามที่น่ารัก

ของดงดอกกรະเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความสวยงามที่มีเสน่ห์ของดงดอกกลำดวน จังหวัดศรีสะเกษ หรือแม้แต่ความสวยงามที่น่าหลงใหลของสายน้ำที่จังหวัดอุบลราชธานีเป็นต้น ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางเหล่านี้ มีรายละเอียดที่น่าค้นหาอยู่อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความน่าสนใจของพืชพรรณไม้ ความน่ารักของสัตว์ และวิถีชีวิตของสัตว์ ความน่าสนใจของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่นพระอาทิตย์ ดวงดาว ดอกไม้ สายน้ำ ก้อนหิน ดินกรวด เป็นต้น

4.3.1.6 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยว กับความรู้ที่ได้จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ต้องมีควบคู่กันไป หรือต้องถือว่าเป็นเรื่องเดียวกัน เพราะนักท่องเที่ยวก็คือนักแสวงหาคนหนึ่ง การท่องเที่ยวไปโดยที่ไม่มีการศึกษาหาความรู้ หรือท่องเที่ยวไปโดยไม่รู้คุณค่าและความหมายเหล่านั้น เป็นการทำให้เกิดสูญเสียภาพในการท่องเที่ยว ไม่น่าสนุก ไม่น่าตื่นเต้น การได้รับความรู้ทั้งก่อนและหลังจากไปทำให้เกิดลิงที่คุ้มค่าที่สุดในการท่องเที่ยว องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ มีอัตลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรมเป็นจุดเด่น ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ในเรื่องของสถาปัตยกรรมขอมโบราณที่มีกระฉัດกระจายไปทั่วทั้ง 6 จังหวัด เช่น ปราสาทหินพนมรุ้ง ในจังหวัดศรีสะเกษ และปราสาท ตามเส้นทางวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่กระฉัດกระจายไปทั่วทั้ง 6 จังหวัด องค์ความรู้ในเรื่องของประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งมีอยู่ทุกจังหวัด เช่น กัน สิงห์เหล็กน้ำสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และถ้าสามารถจัดการให้เกิดความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวให้ถึงระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการแสวงหาความรู้ต่อให้กระจ่างแก่ใจ และค้นหาความหมายในปรากฏการณ์นั้นๆ จะเกิดผลดีแก่การท่องเที่ยวในระยะยาว และสร้างการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้

4.3.1.7 อภิปรายผลการศึกษาวิจัยเรื่องในอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืชพรรณไม้พื้นเมือง อัตลักษณ์ของพืชพรรณไม้พื้นเมืองในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ ในการวิจัยครั้ง นี้ผู้วิจัยรวมไปถึงสัตว์พื้นเมืองหรือสัตว์ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วย กลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้มีพืชพรรณไม้พื้นเมืองหลายอย่าง บางชนิดเป็นพืชพรรณไม้ที่ได้จากความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ บางชนิดเป็นพืชพรรณที่ได้จากความแห้งแล้ง บางชนิดเป็นอาหาร บางชนิดไม่ใช่อาหาร บางชนิดเป็นดอกไม้ บางชนิดพืชพรรณเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ มีความอุดมสมบูรณ์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป ที่เด่นๆ ก็คือ ความสวยงามของทุ่งดอกกรະเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความหลากหลายของพืชพรรณไม้และสัตว์ของเขาระหว่าง และความสวยงามที่หลากหลายของดอกเบญจมาศ จังหวัดศรีสะเกษ ความหอมของดอกกลำดวน และคุณภาพของ

ห้อมกระเทียม จังหวัดศรีสะเกษ ข้าวหอมมะลิ ข้างและพิธีกรรมเกี่ยวกับข้างจังหวัดสุรินทร์ พืชพรวนและสัตว์ที่เป็นอาหารที่ได้จากป่า เช่นเห็ด مدแดง ไข่เมดแดง ผักหวานและอื่นๆ ของ และอุบลราชธานีเป็นต้น พืชพรวนไม่เหล่านี้ เป็นทั้งอาหารการกินในระหว่างการท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์ที่น่าตื่นใจ และเป็นของฝากสำหรับผู้ที่รักความหลากหลายจากการท่องเที่ยวด้วย

4.3.1.8 ภูมิปัญญาผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวอีสานในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ในแต่ละจังหวัดพยายามสร้างให้เกิดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาให้เป็นของฝาก หรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว แต่โดยปริบथ้องผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านนั้น มีความเป็นอัตลักษณ์ด้วยตัวของตัวเองอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ หรือองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของกลุ่มนั้นๆ ผ้าพื้นบ้านในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนนั้นๆ เช่นผ้ากระเพี้ยงผ้าคลุมไหล่ เดชเมียร์ และผ้าไหมไทย เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถ้าต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแล้ว เรื่องของการศึกษาอัตลักษณ์ของผ้าพื้นของกลุ่มนั้นๆ จึงเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างยิ่ง สำหรับในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ทั้ง 6 จังหวัด มีความโดดเด่นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไป เช่นผ้าฝ้ายกาบบัว จังหวัดอุบลที่โดดเด่นในการแสดงสีอ่อนๆ อันเป็นเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นเมืองดอกบัวของจังหวัดอุบล ผ้าไหมมัดหมี่สีสันสดใส ผ้าบริโภคจังหวัดชัยภูมิ ผ้าไหมคุณภาพมาตรฐานด้วยดีไซด์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชัยภูมิ ผ้าไหมยกดอกฝีมือประณีต อลังการ ที่เป็นของฝากระดับแก่นบุคคลระดับโลก จากจังหวัดสุรินทร์ และ ผ้าไหมที่แสดงความผสมผสานของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืนของจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

4.3.1.9 ภูมิปัญญาผลการศึกษาวิจัยในเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น อาหารการกินกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ต้องควบคู่กับไป อาหารอีสานเป็นอาหารคุณภาพดี ประกอบไปด้วยพืชผักและสมุนไพรที่หลากหลายตามที่มีในท้องถิ่น อาหารอีสานบางชนิด เช่น ส้มตำ มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก กลุ่มจังหวัดอีสานได้มีอัตลักษณ์ในเรื่องของอาหารที่คล้ายคลึงกัน อาหารการกินเหล่านี้ก็เป็นไปตามอัตลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมความเป็นอยู่ พิธีกรรม พืชพรวนอันถูกล้ำหาญที่มีอยู่ในพื้นที่ ตามฤดูกาลที่แตกต่างกันออกไป ที่โดดเด่น คือผัดหมี่ ไก่ย่าง ส้มตำ ขنمจีน ไส้กรอกอีสาน ซึ่งหากินได้ในทุกจังหวัดอาหารบางบางชนิด บางพื้นที่มีชื่อเสียงติดระดับประเทศมาช้านาน เช่น ไก่ย่างจักราช ไก่ย่าง

ท่าช้าง จังหวัดนครราชสีมา หมู่ยอ และปลาส้มฟัก หรือเค็มบักนัด จังหวัดอุบลราชธานี ข้ามู นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ไก่ย่างไม้มะดัน จังหวัดศรีสะเกษเป็นต้น นอกจากนี้ในแต่ละท้องถิ่น ยัง มีอาหารตามวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ได้ลองชิมอีกมากมาย

4.3.1.10 ภิป্রายผลการศึกษาวิจัยในเรื่องของอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สถาปัตยกรรมท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อาจไม่แสดงความเป็นอีสานอย่างชัดเจนนักในสถาปัตยกรรมของที่อยู่อาศัยของผู้คน เนื่องจากที่อยู่อาศัยจะมีลักษณะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต และสังคมของผู้คนในยุคปัจจุบัน แต่สถาปัตยกรรมที่เป็นสถานที่ราชการ สวนสาธารณะ หรือสถานที่ที่ใช้เป็นส่วนรวม จะมีลักษณะสอดคล้องไปตามสถาปัตยกรรมของกลุ่มนวัฒนธรรมของโบราณ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การที่จะต้องสร้างบ้านเรือนหรือที่อยู่อาศัยที่สามารถแสดงความเป็นอีสานได้นั้นอาจมีรายละเอียดมากมาย ซึ่งอาจทำให้ต้องใช้งบประมาณที่มากกว่าปกติ ในขณะที่ผู้คนส่วนใหญ่ต้องระมัดระวังการใช้เงินเพื่อสิ่งก่อสร้างเหล่านี้ และเป็นไปได้อีกว่า วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้คน ทำกิจวัตรประจำวัน เช่นเคยต้องเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้งาน หรือเป็นอาหารกับเปลี่ยนมีรถจักรยานยนต์หรือรถยนต์เพื่อไปจ่ายตลาดแทนรูปทรงและการจัดแบ่งสัดส่วนในการใช้พื้นที่ในบ้านก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่สำหรับหน่วยงานอื่นๆที่ต้องการสถานที่ที่ต้องการความเป็นตัวตนของตัวเองก็พยายามที่อนุรักษ์รูปแบบหรืออย่างน้อยก็เป็นกลิ่นอายของสถาปัตยกรรมบ้านเรือนแบบดั้งเดิมไว้

4.3.2 คำถามงานวิจัยข้อที่ 2 ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด นักวิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมการรับรู้ของบลูม และคันน์ (Bloom and other) วัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจากคุณค่าและความงามที่ได้จากการประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นคุณค่าและความงามที่ได้จากการเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนั้นๆ โดยภิป্রายผลได้ดังต่อไปนี้

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

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบร่วมกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับ 4 เช่นเดียวกัน ส่วนจังหวัดที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ที่อยู่ในระดับ 5 คือจังหวัด บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และชัยภูมิ

เมื่อพิจารณาทั้งสองส่วน สามารถอภิป্রายผลได้ว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในเรื่องของความคงdam คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกับ เรื่องราวและความสมบูรณ์ของสถาปัตยกรรมของโบราณ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความยิ่งใหญ่ของศาสนา หรือเรื่องราวและตำนานที่น่านับถือและน่าทึ่งของผู้คนในประวัติศาสตร์ เช่น ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีเล่าขานตำนานเมืองศรีโคตรบูรณ์ จังหวัดศรีสะเกษ และประเพณีบางสรวงเจ้าพ่อพญาและ จังหวัดชัยภูมิเป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่า ทั้งหมดน่าจะเกิดจากความรู้ หรือการรับรู้เรื่องราวเหล่านี้ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับก่อนการท่องเที่ยว อาจเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีอย่างต่อเนื่องตามโอกาส สถานที่ และระยะเวลาที่เหมาะสม โดยนักวิจัยได้ตั้งคำถามต่อผู้แทนวัฒนธรรม องค์กรบริหารส่วนจังหวัด และการท่องเที่ยวจากจังหวัดศรีสะเกษว่า เหตุใด จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยวไม่มากนัก แต่ทำให้สามารถจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดให้เกิดความน่าสนใจ และอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวได้ คำตอบที่ได้คือ จังหวัดศรีสะเกษให้ความสำคัญต่อการมีมรดกโลกมาก เข้าเห็นว่าการท่องเที่ยวจะเกิดสุนทรียศาสตร์ได้ นักท่องเที่ยวต้องได้รับความรู้ หรือความจริงในข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ

4.3.2.2 อภิป্রายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความคงdam และความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับ 4 จังหวัดที่มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระดับ 4 มีจังหวัด 3 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ อภิป্রายผลได้ว่า การใช้ภาษาของผู้คนในเมืองของจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์จะใช้ภาษาไทยเดิ้ง หรือไทยโดยราษฎร์กันเป็นส่วนใหญ่ การพูดจะพูดภาษาไทยสำเนียงเหนือเฉพาะตัว เช่น ถ้าต้องการพูดว่า “ให้อาของชินเล็กไปใส่ตู้เหล็ก” สำเนียงเหนือแบบไทยเดิ้งจะพูดว่า “ให้อาของจินเหล็กไปใส่ตู้เล็ก” ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ถึงแม้การพูดภาษาไทยโดยราษฎรจะเหนือ แต่ก็ยังคงเป็นภาษาไทย จึงทำให้นักท่องเที่ยวทัวร์ไปยังคงสืบสานได้ หรือฟังแล้วเข้าใจ และการเหนืออย่างแสดงถึงความเป็นตัวตนอย่างชัดเจน สำหรับจังหวัดศรีสะเกษจะพูดภาษาไทยอิสาน (ลาว) สำเนียงกวย ถ้าฟังแต่สำเนียงแบบไม่เข้าความ ต้องดีอ้วว่า สำเนียงการพูดภาษาอีสานของชาวศรีสะเกษน่าฟังยิ่ง เพราะมีจังหวะการพูดที่สันกระชันกระชัน ไม่เหมือนกับภาษาอีสานในท้องที่อื่น ที่มีสำเนียงอ่อนหวาน และมีจังหวะที่เนบกวาง

ถ้าจะกล่าวว่า สำเนียงการพูดคือท่วงทำนองของดนตรี อารมณ์ในสำเนียงการพูดคือชีวิต จะพบว่า ภาษาอีสานเป็นภาษาที่มีสำเนียงปงบกถึงชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ของชาวอีสาน ได้เป็นอย่างดี

สำหรับชาวต่างชาติ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความคงดงงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบว่า โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ 4 เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังพบว่า สำเนียงการพูดของชาวจังหวัดอุบลราชธานีมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ที่ระดับ 5 แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนสำเนียงการพูดของชาวนครราชสีมา มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 4 และ 5 เท่ากัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ชาวต่างชาติจำแนกสำเนียงการพูดไม่ได้ชัดเจนและละเอียดเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทย และไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยในหลากหลายแผลกนู และน่าสนใจสำหรับเขาก็แล้ว

4.3.2.3 ภูมิปัญญาของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในของความคงดงงาม และความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ที่ ระดับ 4 และการแต่งกายของชาวจังหวัดนครราชสีมา มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน การแต่งกายด้วยการนุ่งผ้าโ Jorge ใส่เสื้อคอพวงมาลัย รูปแบบการแต่งกายของชาวโคราชนี้ เรายังคงเห็นพ่อเพลง และแม่เพลงโคราชใช้นุ่งห่มในการแสดงเพลงโคราช ในงานทั่วไป และเพื่อให้ผู้คนที่ต้องการแก็บนท้อนุสาวรีย์ท้าวสุนารีในที่อยู่ตั้งอยู่ในเมืองโคราช และเป็นไปได้ว่า นักท่องเที่ยวคันตากับภาพการแต่งกายรูปแบบนี้ นอกจานั้น ผ้าโ Jorge และเสื้อคอพวงมาลัย ยัง เป็นเครื่องแต่งกายที่แสดงความเป็นไทยโดยทั่วไป พบทึนเสมอๆในการแสดง และในเทศกาล ต่างๆ เช่นเทศกาลสงกรานต์ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่า ผ้าโ Jorge และเสื้อคอพวงมาลัยนั้น เป็นชุดที่มีรูปแบบล้ำล่อง สวยงามใส่สบาย ใช้ได้กับผู้คนหลายรูปร่าง ใช้ได้ทั้งเพศหญิง และเพศชายปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการแต่งกายในชีวิตประจำวันได้ง่าย จึงทำให้เครื่องแต่งกายในรูปแบบของการนุ่งผ้าโ Jorge ใส่เสื้อคอพวงมาลัย เป็นการแต่งกายที่มีสามารถสร้างความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวมากที่สุด และที่ผลการวิจัยไม่มีจังหวัดได้ระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงถึงระดับ 5 ผู้วิจัยเห็นว่า เนื่องจากการเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเป็นแฟชั่น มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้คน และอาจเนื่องจากกว่ากลุ่มจังหวัดในอีสานได้ไม่ได้นำเสนอด้วย หรือค้นหาอัตลักษณ์การแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างจริงจัง จึงเป็นเหตุให้ไม่สามารถสร้างความรู้สึกในด้านสุนทรียศาสตร์ให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับ 5 ผู้วิจัย อภิปรายผลได้ว่า การแต่งการด้วยรูปแบบการนุ่งผ้าโ橘 และสวมเสื้อพวงมาลัยของชาว นครราชสีมา และการนุ่งชิ้นป้าย สมมติเสื้อแขนงระบบทอก นั้น เป็นเครื่องแต่งกาย ที่นักท่องเที่ยวพบ เห็นได้ในเทศบาลงานประเพณี และวิถีชีวิตทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถปรับใช้ในวิถีชีวิตของ ตัวเองได้ง่าย เพราะเสื้อคอดพวงมาลัยนั้น ก็มีรูปแบบเดียวกับเสื้อ ที่เชือกชาวต่างชาติคุ้นเคย การ นุ่งผ้าป้าย ก็มีรูปแบบกับการผ้าพันตัวทั่วไป ที่นักท่องเที่ยวใช้พันตัวเมื่อไส้สุดว่ายน้ำเดินชายหาด หรือพันตัวเมื่อต้องการเปลี่ยนผ้าเช็ดตัวเพื่อเข้าห้องน้ำเป็นต้น นอกจากนี้ การแต่งกายดังกล่าวยัง เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของความเป็นคนชาติใน หรือผ่านชื่อย่างซัดเจนอีกด้วย

4.3.2.4 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความ งดงามและความน่าสนใจในบุคลิกักษณะเฉพาะของกลุ่มคน จากผลการวิจัยที่พบร่วมกับ ความมีสุนทรียศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ ระดับ 3 จังหวัดนครราชสีมา มี ระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุด คือระดับ 4 เรื่องของบุคลิกักษณะ เป็นเรื่องที่ความสัมพันธ์ กับจริตส่วนตัวของแต่ละคน ดังนั้นจึงพบว่า ระดับตัวเลขจะอยู่ที่ระดับปานกลาง เพราะการที่เรา ชอบบุคลิกใจรักคนนั้น เราถูกเพียงเกิดความซึ้งชม แต่เราถูกยังคงเป็นตัวของเราเอง และซึ้งชม ตัวเองในที่สุด แต่ถ้าจะให้ถึงว่าต้องเปลี่ยนไปให้เป็นสิ่งที่เราของทั้งตัว ทั้งภิญญาณเลย ก็คงเป็นไป ได้ยาก และก็คงไม่สอดคล้องกับจิตของแต่ละคนเช่นเดียวกัน สำหรับจังหวัดนครราชสีมา ที่มี ระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 ก็ สืบเนื่องจากว่า เมื่อเอียถึงคำว่าคนโคราช จะมี คำ喻ที่ติดปากคือ “คนโคราชบ้านเองไม่ต้องเกรงใจกัน” ซึ่งหมายความว่าคนโคราชเป็นคนใจใจ กว้างขวาง (สมัยก่อนเรียกว่าใจนักเลง) มีน้ำใจ รักเพื่อนและพากเพ้อ ลักษณะนิสัยเหล่านี้เป็นเรื่อง ที่โคราชถูกยกเป็นเช่นนั้น จึงทำให้บุคลิกภาพของคนโคราชเป็นที่ประทับของนักท่องเที่ยวในระดับ ที่สูงที่เดียว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 5 จังหวัด บุรีรัมย์ และจังหวัดอุบลราชธานี มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดที่ระดับ 5 บุคลิกักษณะของ ชาวอีสานเป็นที่ต้องตาชาวต่างชาติอยู่แล้ว มีชาวต่างชาติจำนวนไม่น้อยมีภาระเป็นชาวอีสาน เพราะซึ่งชื่นชมความงามแบบคนอีสาน ซึ่งชื่นชมบุคลิกและนิสัยแบบคนอีสาน และคงเป็นเหตุผล เดียวกันที่สนับสนุนว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ติดตามต้องใจชาวอีสานได้ในระดับสูงสุด

4.3.2.5 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความ งดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด จาก ผลการวิจัยที่พบร่วมกับ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 ใน

ประเด็นนี้ ทุกจังหวัดมีการรับรู้อยู่ในระดับที่ 4 ยกเว้น จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ทั้งนี้ เนื่องจากความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นป่าเขานาญ่าแห่งคงพญาเย็น ความสวยงามและความสบายนของดอกไม้และบรรยายกาศของอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ความสวยงามของทุ่งดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ ความสมบูรณ์ของคงดอกลำarnation ของ จังหวัดศรีสะเกษ ล้วนแล้วแต่มีเรื่องราวที่น่าค้นหาอยู่มากมาย แต่ละแห่งก็ล้วนแต่มีเรื่องราวเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4. เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดอุบลราชธานี มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์จากการรับรู้ที่ระดับ 5 มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ก่อนที่ไปเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่งมักจะศึกษารายละเอียดจากข้อมูลต่างๆ ก่อน ทำให้เกิดกระบวนการท่องเที่ยวดำเนินไปด้วยความสุนทรีย์

4.3.2.6 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดศรีสะเกษ อยู่ที่ระดับ 5 นักวิจัยมองออกเป็น 2 ประเด็นคือ ประเด็นที่ 1 จังหวัดศรีสะเกษ ให้ความสำคัญกับองค์ความรู้ และการจัดการองค์ความรู้ เหล่านั้นสูนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และอีกประเด็นหนึ่ง จังหวัดศรีสะเกษเป็นที่ตั้งของปราสาทเขาพระวิหาร ซึ่งมีเรื่องราวที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประวัติศาสตร์ เรื่องราวของความยิ่งใหญ่ที่เชื่อมโยงไปยังปราสาทในวัฒนธรรมของชาติไทย เพื่อนบ้าน เรื่องราวความขัดแย้งทางการเมือง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพยายามหาคำตอบจากการท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพื่อการพักผ่อน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 4 จังหวัดอุบลราชธานีอยู่ที่ระดับ 5 นักวิจัยอภิปรายได้ว่าองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี น่าจะสอดคล้องกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความคงdam คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ของประเทศพม่าจังหวัดอุบลราชธานี และรวมทั้ง อุบลราชธานียังมีเรื่องราวหลักฐานของมนุษย์ในยุคดึกดำบรรพ์ที่ผ่านมา เรื่องราวเกี่ยวกับแม่น้ำสองสาย เรื่องราวเกี่ยวกับการมองเห็นพระอาทิตย์ขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย เรื่องราวเหล่านี้น่าจะได้รับการจัดการอย่างดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความมีสุนทรียศาสตร์ในระดับสูง

4.3.2.7 อภิป্রายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงามคุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ที่ระดับ 4. จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดศรีสะเกษ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงสุดที่ ระดับ 4 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถอภิป্রายผลได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เป็นป่าที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียงในระดับโลกในบริเวณที่เรียกว่าดงพญาเย็น ป่าที่อุดมสมบูรณ์ เช่นนี้เป็นแหล่งกำเนิดของพืชพรรณที่หลากหลาย ธรรมชาติที่สวยงามสมบูรณ์ สัตว์ป่ามากมายให้นักท่องเที่ยวได้ดูอย่างเพลิดเพลิน การเที่ยวป่านั้นได้รับรสสัมผัสหลายอย่าง ทั้งตาดูสิ่งที่น่ารื่นรมย์ หูฟังเสียงที่ไม่ประจุแต่ง การเงยหูฟังเสียงนกหรือสัตว์ต่างๆ นอกจากจะเกิดความรื่นเริงแล้ว เสียงเหล่านั้นยังก่อให้เกิดสมานะ บรรยายกาศที่สร้างสมานะด้วยความสุขเช่นนี้ หาได้จากการเที่ยวป่า นอกจากนี้ ยังได้รับความตื่นเต้นกับการได้ประสบการณ์แบบๆ เหล่านี้เป็นเสน่ห์ของป่าทั้งสิ้น ถ้าเราอยากร้าบว่า ป่าสมบูรณ์ให้ความสุขการเราอย่างไร ก็ลองเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกโถะอาหาร หรือร้านอาหารดู จะเห็นว่าผู้คนชอบที่เลือกร้านอาหารที่ใกล้ชิดธรรมชาติ ดังนั้นป่าจึงสร้างอารมณ์สุนทรีย์ให้เกิดขึ้นในใจของผู้คนได้อย่างสนมำเสมอ

สำหรับจังหวัดศรีสะเก鬃นั้น พืชพรรณที่น่าสนใจคือ ดอกลำดาวน์ และดอกลำดาวน์ หอมกระเทียม คุณภาพดี นักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงความลงตัวของดอกลำดาวน์โดยผูกพันกับความหอม เรียกได้ว่าเมื่อพูดถึงคำว่า “คงดอกลำดาวน์” ก็มักจะต่อห้ายด้วยว่า “กลินหอมฟุ่ง” ตามมา กลินหอมเหล่านี้สร้างความสุนทรีย์ หรือสัมผัสของความมีสุนทรีย์อย่างลึกซึ้งตามจินตนาการของบุคคลเหล่านั้น เรื่องของกลินหอม เป็นเรื่องของความจริงใจ เรียกว่า เพียงได้กลินสักครั้งหนึ่ง ก็จะจำไว้ในใจอีกนานเท่านาน นับเป็นความซาบซลาดของจังหวัดศรีสะเก鬃 ที่เลือกสร้างคงลำดาวน์ให้อยู่ในใจของผู้คน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นเดียวกัน จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ที่ระดับ 5. อภิป্রายผลได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบไปด้วยภูเขา ตันไม้ ตันน้ำ ลำธาร น้ำตกใหญ่ เป็นองค์ประกอบที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์แล้ว ยังมีปราการภูเขาทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่นภูเขาแม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกัน ทำให้เกิดแหล่งอาหารประเภทปลาขนาดใหญ่หลากหลายชนิดอย่าง

อุดมสมบูรณ์ หรือการได้ฝ่าดูพระอาทิตย์ขึ้นที่เมืองไทยก่อนใครๆ มีดอกไม้ป่า กล้ายไม้ป่าที่สวยงามอย่างเฉพาะ ภาพเขียนสีโบราณ ที่ผ้าแต้ม ก็เป็นภาพที่สวยงามและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ จังหวัดอุบลราชธานี จึงสวยงามด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่แพ้จังหวัดนครราชสีมา ขัยภูมิ หรือที่อื่นๆอีกเช่นกัน

4.3.2.8 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความคงทนและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เรื่องความคงทนและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ที่ระดับ 5 อภิปรายผลได้ว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีปัจจัยที่สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความมีสุนทรียศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว อยู่ที่หลายประการด้วยกันคือ ประการที่ 1. บุรีรัมย์มีพื้นที่ชายแคนประเทศไทยที่มีภูมิประเทศที่หลากหลายและมีภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เกิดการเกษตรที่หลากหลาย เช่น นาข้าว นา粱 นา小米 นาbeans และพืชผักต่างๆ ที่สามารถปรับตัวกับสภาพอากาศได้ดี ประการที่ 2. บุรีรัมย์มีพื้นที่ชายแคนประเทศไทยที่มีภูมิประเทศที่มีภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เกิดการเกษตรที่หลากหลาย เช่น นาข้าว นา粱 นา小米 นาbeans และพืชผักต่างๆ ที่สามารถปรับตัวกับสภาพอากาศได้ดี ประการที่ 3. บุรีรัมย์มีภูมิประเทศที่มีภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เกิดการเกษตรที่หลากหลาย เช่น นาข้าว นา粱 นา小米 นาbeans และพืชผักต่างๆ ที่สามารถปรับตัวกับสภาพอากาศได้ดี ประการที่ 4. บุรีรัมย์มีภูมิประเทศที่มีภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เกิดการเกษตรที่หลากหลาย เช่น นาข้าว นา粱 นา小米 นาbeans และพืชผักต่างๆ ที่สามารถปรับตัวกับสภาพอากาศได้ดี ประการที่ 5.

ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ส่งผลให้ผ้าบุรีรัมย์ เป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างชัดเจน เช่น ผ้าหางกระโองของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยฯ ฯ และเขมร เป็นผ้าหางกระโองที่มีเนื้อดีที่สุดในประเทศไทย ผ้ามัดหมี่ตีนแดง หรือเรียกว่าผ้าตีนแดง เป็นผ้าที่เกิดจากการเลื่อนไหหละและผสมผasanวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ฯ และกวางอย่างใดเด่น ซึ่งได้รับการสนับสนุนให้เป็นผ้าประจำจังหวัดมาระยะหนึ่ง และผ้าอัลลูยเชี่ยมทรายชุมพุ เป็นผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร ที่จังหวัดบุรีรัมย์สนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นผ้าที่สืบทอด ความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ตินແດນແທ່ງວັດນອຽມຂອມໃບຮານ ที่สอดรับกับความงามของปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทหินทรายชุมพุที่สวยงามไม่แพ้คราในโลก ทั้งหมดส่งให้ผ้าบุรีรัมย์ เป็นผ้าที่มีคุณค่าและความงามทางสุนทรียศาสตร์มากที่สุดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 5 จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอุบลราชธานี การรับรู้อยู่ในระดับ 5 เมื่อพิจารณาแล้ว ภูมิปัญญาได้ว่า จังหวัดอุบลราชธานี มีผ้าชนิดหนึ่ง ชื่อผ้ากาบบัว เป็นผ้าที่ออกแบบด้วยแนวคิดที่ดีเดิศ กล่าวคือ ผู้ออกแบบได้ใช้ลายริ้วเล็กๆ ที่กีบบัวหลวง ดอกไม้ที่พ้องชื่อกับจังหวัดอุบลราชธานี เป็นแรงบันดาลใจ จากนั้นใส่ลดลายด้วยเทคนิคพิธีจากภูมิปัญญาดังเดิมของชาวอุบล ทอทั้งจากไยฝ้าย และไยไหม หน่วยงานต่างๆ ช่วยกันสนับสนุน ผ้ากาบบัวที่ทอด้วยฝ้าย มีความสวยงาม ราคาเหมาะสม จึงทำให้ผ้ากาบบัวเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปได้ไม่นานนัก

4.3.2.9 ภูมิปัญญาของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของรสชาติคุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ ระดับ 4 จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ที่ระดับ 5 เมื่อพิจารณาแล้ว ภูมิปัญญาได้ว่า อาหารอีสาน ประเภท ส้มตำ ไก่ย่าง พัดหรี่ เป็นอาหาร ที่ติดปากคนไทยทั่วไป ปัจจุบัน ส้มตำยังถือเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากประกอบได้ด้วยผักและผลไม้หลากหลายชนิด ไขมันต่ำ คนอีสานใช้พืชผักหลายชนิดทำ เป็นส้มตำได้ เช่น กล้วย ลูกยอ กระท้อน สับปะรด ปลีก ล้วย ลูกตะโก แทนจะเรียกว่าได้ว่า พืชผักไหนที่กินได้ ก็สามารถ นำมาทำส้มตำได้หมด

ส้มตำ เป็นอาหารประเภทยำ หรือสลัด จึงทำให้กินได้เมื่อรู้เบื้องต้น นอกเหนือนี้ ส้มตำยังสามารถแสดงอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นได้ กล่าวกันว่า ถ้าจะกินส้มตำให้ได้รสชาติของส้มตำ ต้องมากินที่ ภาคอีสาน จึงจะรู้ว่าส้มตำที่อร่อยนั้นมีลักษณะเป็นเช่นไร จังหวัด บุรีรัมย์ และ จังหวัดสุรินทร์ มีเครื่องปูรุ่ง หน้าตา และรดชาดของส้มตำแตกต่างกันไป ส้มตำบุรีรัมย์ มีเครื่องเคระค่อนข้างมาก คล้ายคลึงกันกับส้มตำโคราช คือใส่หัวถั่วลิสง เหมือนส้มตำภาคกลาง และใส่ปลาร้าว เช่นเดียวกับส้มตำภาคอีสาน ส้มตำสุรินทร์ จะมีเครื่องเคระประเภทเครื่องเทศ เช่น ขิงสด ใบบีบ หรือผักซีฟรั่ง ใบหมู เป็นต้น ใส่ลงไปในส้มตำด้วย และนิยมใช้ปลาจอม ปลาร้าวตัวเล็ก หรือนำปลาร้าวมากกว่าการใส่ปลาร้าวตัวโตๆ

ส่วนไก่ย่าง ไก่ย่างบุรีรัมย์จะคล้ายคลึงกันกับไก่ย่างโคราช คือนิยมใช้ไก่บ้าน เครื่องปูรุ่ง จะใช้เป็นเครื่องพะโล้ และเครื่องยาจีน ต้มตุุนจนได้ที่ เมื่อย่างไก่ให้ผิวชั้นนอกสุกระดับหนึ่ง ขณะที่เนื้อไก่เริ่มขยายตัว จึงนำไก่หั้งชิ้นแข็งในน้ำปูรุ่งนั้น เนื้อไก่ร้อนๆ จะดูดน้ำเครื่องปูรุ่งเข้าไป ในเนื้อ ย่างอีกครั้งด้วยไฟที่อ่อนลง เนื้อไก่จะฟูนุ่ม วิธีการย่างไก่เหล่านี้ เป็นสูตรที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ถ้าเป็นชาวบ้าน นิยมโรยเกลือบางๆ เนื้อไก่จะกรอบด้านล่าง เนื่องจากว่า อร่อยกว่า ไก่ย่างในภัตคารที่มีสูตรเดียว กันทั่วโลกมากมายนัก อัตลักษณ์เหล่านี้ คือคุณค่าที่สร้างระดับ

ความมีสุนทรีย์ในการกินอาหารของแต่ห้องถินอย่างแท้จริง สำหรับการสร้างความมีสุนทรียศาสตร์ในอาหารผู้วิจัยเห็นด้วยกับอาหาร ที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ของห้องถินอย่างแท้จริง ซึ่งน่าสนใจกว่าอาหารประเภทเดียวทั่วโลกเป็นไหนๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ระดับ 5 เช่นกัน ทุกจังหวัด อยู่ในระดับ 5 เช่นเดียวกัน นักวิจัยพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขณะเก็บข้อมูลวิจัยได้ความว่า ชาวต่างชาติชอบอาหารไทย ไม่เฉพาะต้มยำกุ้งที่มีชื่อเสียงเท่านั้น อาหารไทยอีสานทั่วไปก็ชื่นชอบเช่นกัน โดยจะชอบความหลากหลายของรสชาติอาหารไทย เข้าบอกว่าอาหารไทยมีหลายรส ทำให้รู้สึกสนุก น่าค้นหา ทำให้เขากินไปพร้อมๆ กับการค้นหาว่า อาหารเหล่านี้มีรสชาติใดกันแน่ ในที่สุดก็จะสรุปตามคำเข้าใจเบื้องต้นของคนไทยว่า “อร่อย” พร้อมกับยกนิ้วหัวแม่มือยืนยันความอร่อย

4.3.2.10 อภิปรายผลของระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมห้องถิน จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ที่ 4 ระดับของการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างกลมกลืน จังหวัดชัยภูมิผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 5 อภิปรายผลได้ว่า สถาปัตยกรรมท้องถินของกลุ่มจังหวัดอีสานได้มีลักษณะของการประยุกต์รูปแบบและพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตประจำวัน แต่ยังคงอัตลักษณ์ของความเป็นอีสานที่รูปแบบของหลังคาทรงจั่ว (ดังตัวอย่างในภาพประกอบ ที่ 18) แต่สวัสดิ์ที่ใช้ก่อสร้างอาจเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เชิงชายมีรูปแบบร่วมสมัยขึ้น ลักษณะบ้านเรือนที่มีใต้ถุนสูงเพื่อไว้ใช้เลี้ยงสัตว์ ใช้ทำกิจกรรมงานบ้านอื่นๆ เช่นทอผ้า จักสาน รับแขก เปลี่ยนไป รูปลักษณ์มีความเป็นสามากมากขึ้น เช่นเดียวกับการแต่งกาย เข้าลักษณะที่ว่า เห็นอะไรดี อะไรสวยงามน่ามาใช้ บางแห่งใช้หลังคาและเชิงชายเป็นสัญลักษณ์สำหรับแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับความมีสุนทรียศาสตร์ โดยรวมอยู่ที่ 4 และ 5 ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน ระดับความมีสุนทรียศาสตร์อยู่ในระดับของการนำไปประยุกต์ใช้ และการนำไปใช้อย่างกลมกลืน อภิปรายผลได้ว่า รูปแบบของสถาปัตยกรรมไทยอีสาน เป็นรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่มีทั้งความสวยงามและความสะดวกสบายในการใช้สอยที่สอดคล้องกับกิจกรรมการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในระดับที่ 4 และ 5

และจากผลของการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักวิจัยได้เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังรายละเอียดตามตาราง 5 ดังที่แสดงไว้ในภาคผนวก พบร่วมกับคนไทย

และชาวต่างประเทศจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตราลักษณะของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความดงามและความน่าสนใจในสำเนียงภาษาถิ่นของผู้คน ความดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ ความดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากการแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่คนไทยจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์น้อยกว่าชาวต่างประเทศ

อภิปรายผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการหาข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านั้น แต่นักท่องเที่ยวชาวไทย อาจเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น อาจเป็นเหตุให้ไม่ได้ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวนี้ๆ หรืออาจเป็นเพราะใกล้เกลือกินด่าง จึงทำให้ระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในทุกๆ เรื่อง ยกเว้นในเรื่องคุณค่าและความงามของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นประโยชน์จากการใช้ผ้าไทยมากกว่า หรืออาจเป็นเพราะคนไทยคุ้นเคยกับวัฒนธรรมการผลิต และการใช้ผ้าไทยมากกว่า จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าและความงามของผลิตภัณฑ์ผ้าสูงกว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้นักวิจัยเคยสังเกตสิ่นค้าประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าไทยที่ขายให้หันนักท่องเที่ยว ณ.แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งซื้อขายสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อกัน เช่น ประตูน้ำ บาลำภู นาบุญครอง พนมรุ้ง ช่องเม็ก ตลาดอินโดจีนฯ ฯลฯ จะพบว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตที่โรงงาน ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่สามารถแสดงคุณค่า และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากสินค้าเหล่านี้มีเพียงรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูคล้ายเป็นไทย แต่โดยเนื้อแท้ไม่ได้สร้างหรือแสดงความเป็นไทย หรือความเป็นตัวตนอย่างแท้จริง แต่ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอาจมีรายละเอียดหรือความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านมากกว่า จึงเกิดการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดังกล่าว

คำแนะนำวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานให้ได้อย่างไร จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นโดยสรุปว่า แนวทางการ

จัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่กลุ่มจังหวัด ไปจนถึงระดับพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยว หรือตามกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ แต่ละจังหวัดควรค้นหาอัตลักษณ์ของตนเองให้พบ การวางแผนครอบนโยบายในการพัฒนาจังหวัด การพัฒนาสถานที่ส่วนรวม หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละจังหวัด แต่ละหน่วยงาน ควรวางแผนแบบไปตามความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด หรือของกลุ่มชาติพันธ์ อภิรายผลได้ว่า การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด จำเป็นต้องทำบนฐานฐานของคุณค่า และความงามที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง โดยต้องประสานความร่วมมือกับส่วนราชการหรือเครือข่ายการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนหรือทุกหน่วยงานได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด การขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ ในการทำงานแม้เป็นงานเล็กๆ ก็ตาม แต่ก็จะได้ผลเป็นที่กว้างขวาง ยกตัวอย่างเช่นเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านที่แสดงความเป็นเมืองบุรีรัมย์ เขาต้องการให้ผู้คนที่เข้ามาบุรีรัมย์แล้วเห็นเป็นเมืองบุรีรัมย์ และเห็นว่าการสรุปให้ผ้าพื้นบ้านที่แสดงความเป็นบุรีรัมย์จะช่วยให้ผู้คนรู้จักเมืองบุรีรัมย์ได้อีกทางหนึ่ง เขายังต้องการให้นักท่องเที่ยว เที่ยว และพักชมที่ในตัวจังหวัดบุรีรัมย์มากกว่าการเยี่ยมชมเขานมรุ้งแล้วผ่านไป หมายความว่า เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ต้องการได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เข้ามายังจังหวัดอีสาน รวมทั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้วย เทศบาลบุรีรัมย์จึงได้ผ้า “อัลลูย์เชี่ยมทรายชุมพู” ให้เป็นผ้าที่สื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ และเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ จากการออกแบบของนางสาวนิชิตินันต์ อาจารย์สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ด้วยกรอบแนวคิด และแรงบันดาลใจจากคุณค่าและความงามของหินทรายสีชมพูของปราสาทพนมรุ้ง และคุณค่าและความงามของผ้าอัลลูย์เชี่ยม ที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานของกลุ่มชาติพันธ์เขมรในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยให้สอดคล้องกับความเป็นแหล่งวัฒนธรรมของโบราณ “ผ้าอัลลูย์เชี่ยมทรายชุมพู” จึงเป็นตัวอย่างการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร เครือข่ายความรู้ และเครือข่ายกิจกรรมที่หลากหลายออกไปตามบริบทของตนเอง

คำ ama นวัจัยข้อที่ 4 ยุทธศาสตร์เพื่อพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไร ผลการวิจัยโดยสรุปพบว่า ยุทธศาสตร์เพื่อพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในภาวะแวดล้อมการ

กิจกรรมทางวัฒนธรรมปะเพนีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ อภิปรายผลว่า ความเข้มแข็ง การพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานได้ยังยืนได้จากต้องอาศัยการพัฒนาการเชื่อมโยง วิถีชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ที่เป็นปกติของกลุ่มคน หรือของพื้นที่ที่มีการติดต่อกันเป็นเบื้องต้น เนื่องจากโดยปกติแล้วธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันของประชาชนตามแนวทางเดียวช้ายแคน หรือ บริเวณจังหวัดที่มีเขตการติดต่อกัน จะมีถนนทางหรือแม้แต่ซองทางที่จะเดินทางไปมาหาสู่กัน อย่างสะดวก ซ่องทางเหล่านี้เป็นการเชื่อมโยงกันในระดับชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเชื่อมโยง ในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และในระดับประเทศต่อไป และนักวิจัยก็มีความเห็นว่าการ เชื่อมโยงกิจกรรมและการกำหนดดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวตั้งแต่ในระดับชุมชน หรือในระดับ ท้องถิ่นจะสามารถสร้างความเข้มแข็งในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้ เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจะเป็น ประโยชน์ต่อชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้จัดการการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

4.4 ข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ เป็น การสำรวจข้อมูลในพื้นที่กว้างจำนวน 6 จังหวัด ซึ่งทำให้นักวิจัยได้เห็นสภาพปัจจุบันและข้อมูลใน ภาพรวมของ 6 จังหวัดซึ่งเป็นผลดีโดยรวมต่อการจัดการในระดับยุทธศาสตร์การจัดการและการ เชื่อมโยงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด และของภูมิภาค อาจได้คำตอบที่ไม่ชัดเจนใน รายละเอียดที่การท่องเที่ยว หรือในระดับจังหวัด ดังนั้นในการทำงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป คงจะนักวิจัยเห็นว่า ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับระดับ ความมีสุนทรียศาสตร์ การจัดการ และหรือการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นราย ผลิตภัณฑ์ หรือเป็นรายจังหวัด ทั้งนี้เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการสุนทรียศาสตร์ ของจังหวัดนั้น หรือของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของการนำไปใช้ใน การกระตุ้นให้ประชาชนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืนในที่สุด เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจะทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวได้ทราบถึงคุณค่าของความเป็นตัวตนของตนเอง เกิดความซาบซึ้งในคุณค่าเหล่านั้น และคุณค่าที่เกิดขึ้นจะช่วยให้คำตอบให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการร่องเที่ยวทั้งหมดทราบว่า ควรจะ จัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ของจังหวัด และของประเทศได้อย่างไรบ้าง

4.5 สรุป

โครงการวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์อยู่ 4 ประการคือ ประการที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ประการที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 3 ประการที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และประการที่ 4. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาและจัดการการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. พบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธ์ แต่โดยรวมฯแล้ว อัลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

1. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
2. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน
3. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับภูมิศาสตร์และสภาพแวดล้อมของกลุ่มชาติพันธ์
4. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
5. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด
6. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว
7. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวพึ่งพาธรรมไม้พื้นเมือง
8. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวผลิตภัณฑ์ฝ้าพื้นบ้าน
9. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวอาหารท้องถิ่น
10. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวสถานปฏิกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะนักวิจัยจึงนำประเภทของอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนักท่องเที่ยวทั่วชาวไทย และชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. พบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกประเภทตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดได้ดังนี้คือ

1. เกี่ยวกับความคงทนและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมี

สุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบล และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัด สุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

2. เกี่ยวกับความคงดงและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และระดับ 2 เท่ากัน

3. เกี่ยวกับความคงดงและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมาอยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. เกี่ยวกับความคงดงและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่ากัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

5. เกี่ยวกับความคงดงคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เนลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และชัยภูมิ อยู่ในระดับ 3

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

7. เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพิชพรรณไม้พื้นเมือง พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ขัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. เกี่ยวกับความคงทนและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ป้าพื้นบ้าน พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 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 จำนวนเท่ากัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

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

เมื่อเปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น เช่น ในเรื่องของวัฒนธรรมปะเพณี เรื่องภาษาพูด การแต่งกาย เป็นต้น

2. จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์ เช่นในกรณี เรื่องผ้ากาบบัวของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นต้น

3. ในการพัฒนาพื้นที่ หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวด้วย เช่นในกรณีของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์พัฒนาสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานได้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นิวนาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

อภิปรายผลโดยรวม ได้ว่า ความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ กล่าวคือ ความมีสุนทรียศาสตร์คือความซาบซึ้งในคุณค่าความงามที่เกิดจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเรื่องที่ชุมชนต้องช่วยกันสร้าง ช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวเองก็ต้องการบริโภคการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นความสะดวกทั่วไป และความเป็นตัวตนที่เป็นของแท้ ของจริงของชุมชน เพราะผลจากการท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้างโอกาสเหล่านี้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจคุณค่า ความงามของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อได้ที่ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงามที่แตกต่างแล้ว ผู้คนจะเปิดเบียนกันน้อยลง สันติสุขจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยวจะทำหน้าที่ของการสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำรายละเอียดที่มากขึ้น หรือเป็นรายจังหวัด

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 โดยได้ตั้งคำถามในงานวิจัยครั้งนี้ไว้ว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด และแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ควรทำอย่างไร ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้สามารถกล่าวได้โดยสรุปในประเด็นต่อไปนี้คือ

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

5.2 ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านสันติภาพและการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อประโยชน์ให้กับประเทศไทยได้หลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ และด้านวัฒนธรรม เพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลายตามวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของคนไทยเอง ทำให้นักท่องเที่ยว ที่ไปท่องเที่ยว Yangon แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย เกิดการรับรู้ที่เป็นความสุข และความประทับใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้วยความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง ด้วยความเป็น

เอกสารลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายทั้งในเรื่องของพืชพรรณธรรมชาติ สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร ภาษาพูด วัฒนธรรมประเพณี และความมีน้ำใจที่งดงาม ทำให้นักท่องเที่ยว นิยมที่จะมาเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ความงดงามที่เกิดจากความ

อัตลักษณ์ของจังหวัด ก่อให้เกิดความประทับใจทางด้านสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คุณค่าและความงามที่สุนทรีย์เหล่านี้สร้างเสน่ห์ที่โดดเด่นให้แก่จังหวัดในกลุ่มอีสานได้อย่างมากมาย ทั้งหมดมีผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ในที่สุด

ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้เป็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรีย์ดึงกล่าวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนซาบซึ้งถึงเสน่ห์ในวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการรักษาคุณค่าและความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ทราบถึงคุณค่าของความเป็นมาและความสำคัญของพื้นที่ และวัฒนธรรมชนเผ่า การนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนอย่างแท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานได้อย่างชัดเจน มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการในเรื่องดังกล่าวต่อไปอย่างเหมาะสม

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้จากการอัตลักษณ์ของชนเผ่าในประเดิมของสถาปัตยกรรม ภาษา อาหาร เครื่องแต่งกาย การดำเนินชีวิต พืชพันธุ์ไม้และวัฒนธรรมอื่นๆ ของพื้นที่ว่ามีความเป็นอัตลักษณ์อย่างไรบ้าง มีความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด รวมถึงมีแนวทางในการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้อย่างไรบ้าง

5.3 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำโครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสาน ได้ เพื่อให้สามารถตั้งประเด็น วิเคราะห์ข้อความและความคิดเห็นได้อย่างครอบคลุม คณานักวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเดิมต่อไปนี้คือ

5.3.1 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และชนเผ่าท่องเที่ยว โดยมีการปกป้องดูแลทรัพยากรากฟาร์มท่องเที่ยวไว้เพื่อนำเสนอต่อไป หรือกล่าวได้ง่ายๆว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ตอบสนองกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน แต่ในขณะเดียวกัน ต้องไม่ทำลายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวทั้งในเรื่องของ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเหล่านั้น โดยมีลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวโดยสรุปดังต่อไปนี้คือ

1. มีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอต่อ ทั้งในเรื่องของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
2. มีการลดของเสีย และลดการบริโภคที่เกินจำเป็น
3. มีการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
4. มีการประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้ากับครอบคลุมทั้งการพัฒนาท้องถิ่น และของชาติ
5. มีการจัดการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อย่างไม่ทำลายคุณค่าของสิ่งแวดล้อม
6. การจัดการการท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น
7. มีการประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประชาชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง
8. มีการฝึกบุคลากรในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดวิธีคิดและวิธีปฏิบัติที่มีผลดีต่อการท่องเที่ยวของชุมชน
9. มีการวางแผนการตลาดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม
10. มีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่จะสามารถเพิ่มประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวได้

จากแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สำนักพัฒนาการการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับครอบครองการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความยั่งยืนได้ดังนี้คือ

การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รวมมีการจัดการดังต่อไปนี้คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกรักษาระบบนิเวศ โดยเฉพาะระบบนิเวศที่เป็นเอกลักษณ์ แหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ประสบการณ์การเรียนรู้อย่างแท้จริง

3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบในการรักษา สภาพแวดล้อม

4. การท่องเที่ยวเชิงดาวาศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และ สร้างจิตสำนึกรับผิดชอบในการรักษาสภาพแวดล้อม

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม

2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ควรจัดการให้ให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อ การจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ควรมีการจัดการดังต่อไปนี้ด้วย

1. การท่องเที่ยวเชิงสุภาพ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงทศนศึกษาและศาสนา ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการ ท่องเที่ยว และรวมถึงการจัดการองค์ความรู้เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาถิ่นชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย ควรจัดการให้ ประสบการณ์การเรียนรู้ถึงคุณค่าของชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นมี ส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในคุณค่าของการมีสุขภาพที่ดี โดยให้ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ควรจัดการให้เกิด ความปลอดภัย และความทรงจำจาก ประสบการณ์ใหม่

6. การท่องเที่ยวแบบโขมเสต์แลล่องสเต็ร์ ควรจัดการให้เกิดจิตสำนึกในการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวแบบให้ร่วงวัล การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผ่องผ่อน ควรจัดการให้ สอดคล้องกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวก และความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

ประเทศไทยในฐานะของสมาชิกองค์กรด้านการท่องเที่ยวแห่งภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ได้ลงนามในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีสาระสำคัญดังนี้คือ

1. อนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ โดย สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ถิ่น แหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์สัตว์ และสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการค้นหา พื้นที่ที่ควรดำเนินการอนุรักษ์ และกำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์

2. ให้ความเคารพและให้การสนับสนุนน้อมร่วมนิยมประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนโดยมั่นใจว่าการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น มีความเข้าใจใน ขบวนร่วมนิยมรวมทั้งบทบาทของเด็กและสตรีด้วยเปิดโอกาส ให้ประชาชนท้องถิ่นมาร่วม บริการหรือในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นที่มีผลกระทบต่อชุมชน สนับสนุนช่วยเหลือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการค้นหามาตรฐานทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อ การอนุรักษ์บริเวณใกล้เคียง และอุดหนุนงบประมาณ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการดำเนินอยู่

3. นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้ โดย มั่นใจว่า มีการนำการประเมินผลกระทบ สิ่งแวดล้อมมาผูกเป็นขั้นตอนหนึ่งในการวางแผน สนับสนุนให้มีการติดตามตรวจสอบด้วย สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ กำหนดนโยบายและตัวชี้วัดด้าน ทางการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการ จัดตั้งองค์กรความร่วมมือ ที่รับเป็น ที่ปรึกษาด้านการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างและการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงการท่องเที่ยว

4. สนับสนุน ช่วยเหลือในพัฒกิจการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุน การปฏิบัติหรือกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของการ ปล่อยสารมลพิษ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการอนุรักษ์ การรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ การ จัดการของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมระดับความดังของเสียง การ ลงเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรีไซเคิลและใช้วัสดุ ที่ย่อยสลายได้ธรรมชาติ การสนับสนุน

หรือกระตุ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามนโยบายของห้องถินภูมิภาค สนับสนุน การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในทุกๆ กิจกรรมรวมไปถึง เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนและกระตุ้น ผู้ประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรมอันดีงาม

5. ให้การศึกษา ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย สนับสนุน การนำประเพณีเรื่องคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าไว้ในการศึกษาการฝึกอบรม สงเคราะห์ ให้เกิดความพึงพอใจ และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในประเด็นความเปรฯบ้างด้านสิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรมโดยการให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายที่เหมาะสม และให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ การศึกษาวิจัยด้านผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

6. ร่วมมือกับส่วนต่างๆ เพื่อทำให้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีความยั่งยืน โดย ร่วมมือ กับบุคคลและองค์กรต่างๆ ใน การร่วมกันปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อ ตรวจสอบด้วย ปฏิบัติตาม ทุกอนุสัญญาระหว่างประเทศ กฎหมายของประเทศไทย และห้องถิน ที่ ช่วยปักป้องสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม

5.3.2 การจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว การจัดการการคือการใช้ทรัพยากรใน การดำเนินงานให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยกระบวนการดังต่อไปนี้คือ

5.3.2.1 การวางแผน เป็นหน้าที่ทางการจัดการหน้าที่แรกเกี่ยวข้องกับการกำหนด ทิศทาง ภารกิจเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามที่ต้องการ

5.3.2.2 การจัดองค์การ เป็นการจัดทำโครงสร้างองค์การ และกำหนดระบบงาน บทบาทอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและหน้าที่ของบุคลากร เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่าง เป็นระบบและสอดคล้องกันภายใต้หน่วยงาน ซึ่งจะทำให้องค์การสามารถดำเนินงานสู่เป้าหมาย ร่วมกันอย่างราบรื่นและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน เป็นงานที่ผู้บริหารต้องจัดหาบุคคลให้เหมาะสมกับ งานโดยพิจารณาจาก ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และบริมานแรงงาน เพื่อการ จัดคนให้เหมาะสมกับงาน รวมถึงการดูแลพัฒนาแรงงานที่มีให้ได้คุณภาพและอยู่กับองค์กร อย่างต่อเนื่อง

5.3.2.4 การนำ โดยผู้บริหารจะกำหนดวิธีและแนวทางที่จะทำให้พนักงานทุกคนร่วม

มีอและเต็มใจทำงานสำเร็จลุล่วง ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ดังนั้นผู้นำจึงควรมีภาวะผู้นำ มีเทคนิคการจูงใจ การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี

5.3.2.5 การควบคุมเป็นขั้นตอนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน โดยมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ เมื่อปฏิบัติงานตามแผนก็จะนำเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้เปรียบเทียบกับการทำงานถ้าไม่ได้มาตรฐานก็จะปรับปรุงแก้ไขงานในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพ รวดเร็ว ตันทุนตា ปริมาณถูกต้อง

นอกจากนี้ในการจัดการใช้ และจัดสรรงรภยากรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให่องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยการควบคุมการทำงานให้เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กันแต่ถ้าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วจะทำให่องค์การเสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้

5.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ คำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติของผลรวมที่แสดงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้คนนั้นหรือสิ่งนั้นมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากคนอื่นหรือสิ่งอื่น ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในสังคม โดยพัฒนาจากการปฏิสัมสารกับบุคคลอื่นๆ ภายใต้บริบททางสังคม เมื่อสถานการณ์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความหมายของสิ่งต่างๆ ก็อาจผิดแผลไปจากเดิม ความคาดหวังและการตอบสนองต่อพฤติกรรมของคนอื่นๆ ก็อาจเปลี่ยนรูปแบบไปตามลักษณะของสถานการณ์ และความเป็นจริงในสถานการณ์นั้นๆ ซึ่งจะทำให้อัตลักษณ์หรือความหมายที่บุคคลให้แก่ตนเองเปลี่ยนแปลงไปด้วย อัตลักษณ์ต่างๆ เป็นตราประทับที่อาจจะไม่ถูกใช้โดยคนอื่นๆ ทั้งหมด แต่จะใช้เฉพาะกลุ่มอ้างอิง และบุคคลนัยสำคัญ ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น และอัตลักษณ์นี้จะกล่าวมาเป็นศูนย์กลางของบุคคล โดยที่มนุษย์นั้นมีลักษณะที่ดีแล้วอยู่เสมอ การกระทำและอัตตะของมนุษย์จะเกิดขึ้นจากการที่ต่อเนื่องทางสังคม โดยมีการกระทำการระหว่างกันของบุคคล ผ่านการให้ความหมาย ในเชิงสัญลักษณ์แก่สิ่งต่างๆ มากันอย่างตามสถานการณ์นั้นเอง

อัตลักษณ์ คือการแสดง “ชนิด” หรือการแสดงทางมิติทางสังคมของอัตตะ นั่นคืออัตลักษณ์ หมายความว่าอัตลักษณ์ของบุคคลจะก่อตัวเป็น “อัตลักษณ์ของสังคม” หรืออัตตะในบริบทของการกระทำทางสังคม กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ โดยอาศัยความเชื่อที่ว่า บุคคลจะมีความหมายแห่งตนที่สัมพันธ์กันมากmany ความคิดเกี่ยวกับตนเอง การประเมินคุณค่าของตนเอง ความรู้สึกต่อตนเอง หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป็นผลมาจากการที่บุคคลมองตนเองเหมือนกับวัตถุทางสังคมอย่าง

หนึ่ง ซึ่งสามารถให้ชื่อ หรือประทับตราแก่วัตถุนั้นๆได้ ซึ่งการให้ชื่อและความหมายแก่ต้นเองในฐานะที่เป็นวัตถุ จะเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าร่วมปฏิสัมสรองภัยในโลกแห่งความหมายที่ถูกแบ่งออกจากสังคม

อัตลักษณ์ สามารถเกิดขึ้น พัฒนา หรือมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายในโครงสร้างสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่ามิติต่างๆของอัตตะ จะถูกเปลี่ยนไปเป็นวัตถุที่มีความหมาย คือถ้ายเป็นอัตลักษณ์ ในแบบของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ที่ระดับตัวตน บุคคล กลุ่ม องค์กรและสังคม อัตลักษณ์ที่หลากหลายนั้น จะถูกเลือกแสดงตามระดับความเด่นภัยในสถานการณ์โดยมีรากฐานมาจากระเบียบของสถาบัน ความเป็นไปได้ของอัตลักษณ์ ความสำเร็จ และทักษะของการแสดงอัตลักษณ์ ภายในสถานการณ์หนึ่งๆ อัตลักษณ์ทั้งหลายจะถูกสื่อสารผ่านการแสดงออกทางพฤติกรรมภาษา และลักษณะทางกาย หรือการแสดงที่ปรากฏทางสังคม การยึดมั่นผูกพันต่อ อัตลักษณ์ จะเป็นผลมาจากการประสบการณ์เดิมของบุคคล ซึ่งได้ถูกรวบเข้าในตำแหน่งทางสังคมและลำดับขั้นตอนของวิถีทางแห่งชีวิต

ศาสตราจารย์ดร.อมรา ประสิทธิรัฐสินธุ์และคณะได้ทำการวิจัยเรื่องความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ไทยที่สะท้อนจากคำในภาษา ได้สรุปไว้ว่าวิกฤตการณ์ด้านอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของคนไทย เป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่มีผู้สนใจมากเป็นพิเศษในปัจจุบัน เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนแปลงเร็วมากจนมีแนวปฏิบัติหรือค่านิยมใหม่ๆหลายแบบเกิดขึ้นในสังคม ซึ่งต่างจากที่เป็นมาในอดีต ปัญหาคือคนไทยส่วนใหญ่เกิดความไม่แน่ใจ หรือลังเลในหลักการที่ใช้ตัดสินความถูกต้องของความประพฤติ บางคนคิดว่าสิ่งที่คนส่วนใหญ่ให้คุณค่าหรือคิดว่าถูก เป็นสิ่งที่ผิดเพรี้ยงค่านิยมเดิมในสังคม บางคนยึดหลักการที่ว่าอะไรเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสังคม สิ่งนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ถูกต้องไม่จำเป็นต้องยึดถือขึ้นบธรรมเนียมเก่าๆอีกด้วย ปัญหาข้อขัดแย้งนี้จึงกลายเป็นวิกฤตการณ์ของสังคมไทยโดยแท้

ศ.ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักวิชาการอาชญาลัยเที่ยงคืน ได้กล่าวถึง คนไทยกับ 3 คำเจ้าปัญหา : เชื้อชาติ-กลุ่มชาติพันธุ์-อัตลักษณ์ ในงานภูมิสังคมเสวนาระณ์ เรื่องคนไทยหลายเผ่าพันธุ์ 3,000 ปี ในศูนย์ภูมิ ณ ห้องพระโรง วังท่าพระ มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อวันพุธที่ 1 มิถุนายน 2548 ว่า เรื่องของคนไทย หรือของชาติไทย โดยความคิดของที่เกี่ยวกับชาติไทยนั้น มาจากคำ 3 คำ ที่ทำให้เกิดความสับสนในความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นชาติของคนไทย คือ คำว่า “เชื้อชาติ” “ชาติพันธุ์” และคำว่าอัตลักษณ์

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเอง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยทุกฝ่าย เมื่อสิ่งความโลกครั้งที่ 2 นั้น เราเมื่ออัตลักษณ์ 2 อย่าง

The Land of Smile คือ "สยามเมืองยิม" ที่คนอื่นเข้าสร้างให้ไทย จนปัจจุบันนี้เรายังพอใจให้ในการขายของกราฟท์อิงเที่ยว ที่เราเป็น The Land of Smile เพราะฝรั่งยิมเป็นในความหมายเดียว ขณะที่คนไทยใช้การยิมเพื่อสื่อความหมายหลายอย่างมาก

The Land of Siamese Talk เป็นอัตลักษณ์ที่ฝรั่งยัดเยียดให้ไทย เรายพยายามทำให้คำนี้หายไปในความรู้สึกนึกคิดของคนไทย ความเป็นอัตลักษณ์ของไทย แล้วก็ยัง The Land of Smile เป็นอัตลักษณ์แทน

ที่ต้องยกเว้นนี้ขึ้นมาเพื่อบอกให้รู้ว่า เมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์ เมื่อนั้นกำลังพูดถึงสิทธิสิทธิ์ของประเทศไทยต่อคนอื่นๆ ในโลก ฉะนั้นการนิยามแล้วนิยามอีกซึ่งอัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของกราฟท์สู่ เป็นเรื่องที่ทุกสังคมต้องพยายามสร้างอัตลักษณ์เพื่อจะต่อสู้ให้ได้มากขึ้นเนื่องที่และสิทธิ์เมื่อเปรียบเทียบกับคนอื่นๆ นั้นเอง อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้ จะสามารถเปลี่ยนแปลงหรือสร้างอัตลักษณ์ได้ตลอดเวลา เช่น ประเทศอื่นมองกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงการมณ์ของโลก นี้เป็นอัตลักษณ์ที่ยกให้กับประเทศไทย เราต้องต่อสู้ แต่ไม่ใช่ด้วยการไวยวายให้เปิดหนังสือพิมพ์ แต่ต่อสู้โดยการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นกรุงเทพฯ ขึ้นมาต่อสู้กับเมืองหลวงการมณ์ให้ได้ การจัดเสวนานี้เป็นส่วนหนึ่งของความพยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ในการสู้กับความเป็นนครหลวงการมณ์ของโลก ฉะนั้นเมื่อไรที่พูดถึงเรื่องอัตลักษณ์เป็นเรื่องของบทบาท เป็นเรื่องของอำนาจ เป็นเรื่องของสิทธิ ซึ่งทำให้ต้องเปิดโอกาสให้คนทุกๆ กลุ่ม สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้ตนเองได้ คำ 3 คำนี้ คนมักเข้าใจผิด เอาความเข้าใจผิดมาใช้เป็นฐานของการสร้างความคิดเกี่ยวกับชาติของไทย สรุปคือ หากอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง เชื้อชาติเป็นเรื่องไม่จริง กลุ่มชาติพันธุ์เป็นของสมมุติ อัตลักษณ์เป็นการสร้างขึ้นมา หากอะไรจริงไม่ได้สักอย่าง สมมุติทั้งนั้น แม้แต่คำว่าชาติเองก็สมมุติ ไม่ได้มีจริงๆ

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

5.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ วิวัฒ (วิวัฒ ตั้งเจริญ 2546:24-119) ได้กล่าวถึงความมีสุนทรียศาสตร์เพื่อชี้วิตว่า สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์เกี่ยวกับความงาม เป็น

ปรัชญาที่เป็นการแสวงหา หรือความรักในภูมิปัญญา มุ่งแสวงหาความจริง ความดี และความงาม ได้แก่ความจริงที่มีวิถีตามนาการามาสูวิทยาศาสตร์ ความดีที่เกี่ยวข้องกับจริยศาสตร์ และความงามที่เกี่ยวข้องกับความมีสุนทรียศาสตร์ที่อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ ทรอศนะ หรือเหตุผลในบริบทความคิดและความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญา นักสุนทรียศาสตร์ คนใดคนหนึ่ง สองคล่องกับ วนิชา คำเขียว และไฟทูร์ย์ พัฒโนใหญ่ยิ่ง ที่กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ ว่า เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับธาตุที่ทำให้เกิดความงาม แต่ว่าคำว่าความงามนี้มิได้หมายเฉพาะความงามที่เกิดจากสัดส่วนที่ถูกต้องเหมาะสมสมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงความเปลกตาม ความน่าทึ่ง นั่นคือ ในบางขณะอาจมีความหมายลึกไปถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นด้วย สุนทรียธาตุนี้ใช้เป็นเพียงคุณสมบัติของศิลปกรรมเท่านั้น แต่เป็นคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดตามธรรมชาติ ความงามที่เกิดจากธรรมชาติ ความน่าเกลียด น่ากลัวที่เกิดจากจินตนาการและศรัทธาอันเข้มข้นที่ทำให้เกิดความงามและศิลปะ ล้วนแล้วแต่ เป็นสุนทรียธาตุทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังได้ให้มุมมองในเรื่องของเกณฑ์การตัดสินความมี สุนทรียศาสตร์ว่ามีอยู่ 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มที่มีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับการวัดระดับความมี สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือ กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์การตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นผันไปตาม สภาพแวดล้อม โดยเชื่อว่าเกณฑ์การตัดสินความมีสุนทรียศาสตร์ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทาง วัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ ไม่ขึ้นอยู่กับผู้วิจารณ์ เพราะผู้ วิจารณ์ต้องวางแผนตัวเป็นกลาง และต้องสำนึกร่วมกับคนในท้องถิ่น เช่น ส่วนหนึ่งของสังคมนั้น ๆ

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงสุนทรียภาพในแง่ของประสบการณ์ว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญใน การสร้างสุนทรียภาพในตัวบุคคล บุคคลจะไม่สามารถเลือกแก้วน้ำที่สวยงามได้เลย ถ้าไม่เคยมี ประสบการณ์เกี่ยวกับแก้วน้ำ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับแก้วน้ำอยมาก “ความงาม” ก็เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ให้และผู้รับที่จะต้องช่วยกันสร้างประสบการณ์ทางด้านความงามให้แก่ ประชาชนรุ่นหลัง ให้ทราบว่าอะไรคือความงาม

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความมีสุนทรียภาพกับสภาพแวดล้อม วิธีน ตั้งเจริญได้ให้ ความเห็นเพิ่มเติมว่า สภาพแวดล้อมหมายถึงธรรมชาติ และสภาพสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะ เป็น อาคารบ้านเรือน งานฝีมือ ผังเมือง ขยาย หรืออะไรก็ตามที่กระทบหรือเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สมาชิกในสังคมก็เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมเช่นกัน

สำหรับเรื่องของวัฒนธรรมกับความมีสุนทรียภาพ วิธีน ตั้งเจริญได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อ สิ่งใดประพฤติปฏิบูติบ่อยครั้ง และสิ่งที่ประพฤติปฏิบูตินั้นได้รับการกลั่นกรองให้คงอยู่แต่ความดี งาม และมีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต สิ่งนั้นและพฤติกรรมเหล่านั้นจะกลายเป็นวัฒนธรรม

วัฒนธรรมย่ออมพัฒนาได้ เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อก้าวไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ประณีตกว่า และมีคุณค่า กว่าสำหรับการดำรงชีวิตร่วมกันในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป “วัฒนธรรม” จึงเป็นความดีงาม ความงาม ความประณีต ซึ่งเป็นเรื่องของการมีสินทรัพย์ ที่มีนัยยะทั้งการดำรงไว้ซึ่ง ความดีงาม ประณีต ความมีคุณค่า การสร้างเสริมวัฒนธรรมที่ดีงาม ความดีงามทั้งที่เป็น คุณสมบัติ และรูปสมบัติ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับความรักและความชื่นชมในความงาม ความประณีต หรือสุนทรีภาพ “สุนทรีภาพ” จึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

5.3.5 สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) มีความหมายตามดิกชันนารีของ Webster ว่า สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) หมายถึง ความเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็น หรือ สิ่งที่เรียกให้เป็น จริง ๆ หรืออย่างแท้จริง อีกอย่างหนึ่งในสาขาวัฒนศาสตร์ กล่าวไว้ว่า การค้นหาสุนทรียศาสตร์คือการค้นหาสิ่งที่ไม่ได้ปล้นมา สิ่งดังเดิม และสิ่งที่เป็น ข้อเท็จจริง (MCIntosh and Prentice, 1999) สุนทรียศาสตร์สามารถที่จะให้คำจำกัดความชี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของมั่นคง อริคสัน (1995) ให้แนวความคิดเขาว่า ความเป็นสุนทรียศาสตร์คือ จะต้องมีสิ่งทั้งหมดตามกฎเกณฑ์ที่มั่นคงอยู่ในตัวมันเอง การให้แนวคิดที่แตกต่างกันแบบ นี้ เป็นการเรียงลำดับสุนทรียศาสตร์ด้านใจความสำคัญที่จะมาท่องเที่ยว กับสุนทรียศาสตร์ของ นักท่องเที่ยว คำจำกัดความเกี่ยวกับแนวคิดที่แตกต่างกันทำให้เกิดเป็นข้อยุ่งยากที่จะจัดกรอบ แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

Starn (2002) ได้อภิปรายแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ที่ซึ่งกูหามายแห่งเมืองเวนิสได้ ประกาศใช้ ซึ่งได้แสดงเขาว่า Murdoch ทดสอบทางวัฒนธรรมครวที่จะมีการอนุรักษ์ อนุสาวรีย์ โบราณคือ Murdoch ทั่วไป และเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องดูแลบนความมั่งคั่งที่มีอยู่ของความ งามทางสุนทรียศาสตร์ ถ้อยคำอันนี้แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับวิธีการสร้างแนวคิดของ ความงาม และสุนทรียศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น แนวคิดสุนทรียศาสตร์เกิดจากสิ่งที่เป็น วัตถุ โดย เนื้อหาแล้ว วัตถุก็คือสุนทรียะ คือความงามที่เป็นของแท้ เพราะถือว่าเป็นพิพิธภัณฑ์และทุกคนก็ กล่าวกันว่า มันเป็นสิ่งที่เป็นจริง หรือข้อเท็จจริง มีการเข้าใจว่า สิ่งที่เป็นวัตถุคือความมี สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง

Mac Cannell (1973) ได้กำหนดกรอบแนวคิดในช่วงยุคต้น ๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ เนื้อหาของสุนทรียศาสตร์และความสำคัญของมั่นระหว่างนักท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละคนสามารถที่จะพบหรือได้รับความมีสุนทรียภาพจากการท่องเที่ยวได้ แนวคิด ที่สำคัญก็คือว่า ข้อเท็จจริงและสุนทรียภาพพบได้ทุกที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่รอบนอก (Mac

Cannell, 1999) ชาวบุรุษหลาย คน มีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า สุนทรียศาสตร์pub ได้เพียงการท่องเที่ยว เท่านั้น นอกเหนือจากขอบเขตที่ไม่ใช่ สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในตัวมันเอง นี้หมายความว่า สิ่งที่เป็น สุนทรียศาสตร์ที่แท้จริงก็คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวพบในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีในช่วงยุค ประวัติศาสตร์และอื่นๆ

นอกจากนั้น Mac Cannell ยังเรียกร้องว่า ควรจัดแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองส่วนคือใน ส่วนด้านที่ต้องการโซลูชัน และในส่วนที่ต้องการความมีสุนทรียภาพ หรือความงดงามที่เป็นของแท้ ของจริง หรือเป็นเรื่องดั้งเดิมของชนชั้น เพราะสิ่งที่ดั้งเดิมโซลูชันหรือแสดงให้เห็นมากเป็นความ ประทับใจ หรือเป็นสิ่งที่พากขาต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ แต่พื้นที่ด้านหลังจะเป็นพื้นที่ที่ เกี่ยวข้องกับสถานที่และมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างสมบูรณ์

เขตที่แบ่งเป็นส่วนหน้าและส่วนหลังทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสังคมอย่างชัดเจน ทำให้ มองภาพการเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันได้ เช่นเดียวกับการจัดบ้าน หรือการจัดโรงเรือน ที่ต้องมี ส่วนสำหรับการต้อนรับ และส่วนบริการอื่นๆ ที่เป็นชีวิตประจำวัน

การสร้างสุนทรียศาสตร์ในเชิงสิ่งก่อสร้าง แนวคิดในเชิงสิ่งก่อสร้างเสนอเอาไว้ว่า ความรู้สึกที่เป็นสุนทรียศาสตร์มักผูกติดอยู่กับอดีตที่ล่วงมาแล้ว การประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม ต้องพยายามที่จะมองเห็นเนื้อแท้ของของสิ่งที่ต้องแสดงออก น่าจะให้ความรู้สึกที่เป็น สุนทรียศาสตร์ได้อย่างแท้จริง

สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว (Authenticity) จะมุ่งเน้นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องที่ โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมัก ต้องการชมความงดงามที่เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือว่าเป็น ของแท้ ของดั้งเดิมอย่างแท้จริง โดยที่ นักท่องเที่ยวอย่างได้ประสบการณ์ในการเข้าไปสู่ความงดงามที่มีอยู่จริงดังเช่นการท่องเที่ยวของ บานาหี ที่เชื่อว่าผู้คนในท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องบีดแนวทางการเปลี่ยนแปลงในสอดคล้องกับการ จัดการการท่องเที่ยว ที่กระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต ของพากษาในแนวทางที่ก่อให้เกิดการเสียง ซึ่งเสียงทางวัฒนธรรมของพากษาด้วย และดูเหมือนว่าชาวบานาหีไม่ต้องอ้างว่าการท่องเที่ยว สร้างความร่วมมือกับพากษา แต่พากษาจะแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับ การดำเนินชีวิตของเขารอย่างไรบ้าง ในขณะเดียวกับพากษา ก็ได้โอกาสฝึกฝนการแสดงออก ทางด้านมนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมประเพณีได้เช่นกัน

โดยเอน (2531) ได้กล่าวว่า ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นโครงสร้างของสังคม เป็นแนวคิด และมีความหมายทางสังคมของมันเอง ดังนั้นมันจึงมิใช่การให้ แต่เป็นการต่อรอง เช่นรูปแบบที่หลากหลายของงานศิลปะที่ผลิตสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชาวปาກวนิวกินีในหมู่บ้าน

“ไอเดียนูคลิตะวันออกของแทนบูมัน ชา瓦สูลีแสดงให้เห็นถึงขั้นบทรวมเนียมประเพณีของเข้าด้วยการประดับประดาร่างกาย ทำให้เกิดการกระตุ้นและกระจายกิตติศัพท์ออกไปทั่วโลก และนักท่องเที่ยวก็ถือเอกสารลับบนร่างกายของชาวาสูลี นี้ เป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่า คนเหล่านี้ยังมีความเป็นสุนทรียศาสตร์อย่างน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้คนมองของชาวาสูลี เป็นแบบอย่างที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวในที่สุด

วิธีการสร้างสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำได้ 3 วิธีด้วยกันคือ

1. วางแผนที่นี่ฐานทางวัฒนธรรมชนเผ่าให้เข้มแข็ง
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องผลักดันการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างเสมอภาคโดยการเข้าถึง แก่นแท้ของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง
3. ต้องเท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เพื่อการพิจารณาความมี สุนทรียศาสตร์ของวัฒนธรรมนั้นต้องปฏิบัติให้มีความหลากหลาย

ในงานของ Mc Connell สุนทรียศาสตร์ (Authenticity) นี้ยังเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่ยังคง คดุณเครื่อง Mc Connell สันนิษฐานว่า นักท่องเที่ยวหวังที่จะมีประสบการณ์กับลักษณะที่เชื่อถือได้ กับสถานที่ วัฒนธรรมหรือเหตุการณ์ที่เป็นของแท้ Mc Connell ให้ความสนใจในความผิดหวังของ นักท่องเที่ยวโดยผ่านการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ต่อมาในการศึกษาของ Wang (2000) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “สุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่” เป็น “สภาพของการเป็นอยู่ที่แต่ละคนเป็นอยู่ จริง” ตามการศึกษาของ Wang แล้วสภาพเช่นนี้ประกอบด้วยความรู้สึกส่วนตัวหรือความรู้สึก ระหว่างบุคคลที่ถูกกระตุ้นโดยกระบวนการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ไม่จำเป็นที่จะถูก กระตุ้นโดยสถานที่ วัฒนธรรมหรือเหตุการณ์

Gloria Lara Hasemann ได้แสดงความคิดเห็นในบทความเรื่อง AUTHENTICITY : WHY AND FOR WHOM ? ไว้ว่า สุนทรียศาสตร์ (Autenticity) ในศิลปะนานาชาติของ Royal Spanish Academy หมายความว่า การทำให้เกิดมีคุณลักษณะของข้อเท็จจริงที่ลงมาอย่างน่าเชื่อถือ บางครั้งสุนทรียศาสตร์ก็คือ สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงว่า เป็นเหตุการณ์และข้อเท็จจริงที่เป็นลายลักษณ์ อักษร ความต้องการหรือการมีอยู่ตามสภาพของสิ่งแวดล้อม” (1956: 146) โดยข้อเท็จจริงแล้ว คำ จำกัดความหมายคำว่า สุนทรียศาสตร์ ซึ่งให้ไว้ในแนวทางของยูเนสโกในปี 1972 ว่า ลักษณะและ ประเภทของสุนทรียศาสตร์ คือ การออกแบบ วัตถุดิบ การมีฝีมือ เช่นเดียวกันกับ สภาพแวดล้อม ซึ่งก็รวมอยู่ด้วยกันกับข้อกำหนดของสิ่งที่เป็นสุนทรียศาสตร์ซึ่งไม่ได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ก่าจะ มาจากรูปแบบและโครงสร้างดังเดิม แต่ก็นับรวมอยู่ในการเปลี่ยนแปลงในภายหลังตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง สุนทรียศาสตร์ ก็มีความหมายสมบูรณ์แบบเพียงแค่การรวมแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงแม้จะดูเหมือนว่าแนวคิดทั้งสองอย่างเหล่านี้จะเป็นแนวคิดอันเดียวกัน และหรือถึงแม้ว่าจะเป็นแนวคิดที่เหลือมลักษันตามความรู้สึกบางอย่างก็ทำให้แนวคิดของพากเราเกิดเป็นความรู้สึกอยู่สองด้าน เมื่อมองดูในกรอบแนวคิดนี้ คุณสมบัติทางด้านวัฒนธรรมก็ถือว่าเป็นบริบทฐานอย่างหนึ่งของสุนทรียศาสตร์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำลายความเป็นอันหนึ่งอันเดียว กะ เพราะทำให้เนื้อหาที่แท้จริงเปลี่ยนไปหรือเพราะว่าเป็นการทำลายเนื้อหาตามความเป็นจริงอีกอย่างหนึ่ง สุนทรียศาสตร์จะต้องทำให้คุณลักษณะดังเดิมของทรัพย์สิน (แบบ วัตถุ ฝีมือ) รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวในตัวของมันเอง กับสถานที่และช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าและความหมายของตัวเอง (ตัวอย่างเช่น ในส่วนของความซับซ้อนทางด้านสถาปัตยกรรมหรือภูมิประเทศที่เป็นประวัติศาสตร์) อีกประการหนึ่งหนึ่งแนวคิดในเรื่องของลักษณะที่เป็นเนื้อแท้ มักเน้นเทคโนโลยีการผลิต ในขณะที่แนวคิดประการที่สอง มักเน้นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวที่ปฐมเหตุ

กฎหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ช่วยแก้ปัญหาความเข้าใจผิดได้ ซึ่งถ้าหากไม่มีความเข้าใจถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ คุณค่าสังคมแล้ว บุคคล หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกัน หรือบุคคลที่มีความรู้สึกชาติในทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไม่มีพื้นฐานอยู่บนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคมตั้งอยู่บนความสำคัญทางวัฒนธรรมของทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากประเด็นซึ่งมาจากบุคหนึ่งสู่บุคหนึ่งก็ตาม จากประวัติศาสตร์หรือความรู้สึกทางสุนทรียศาสตร์ หรือเกิดขึ้นง่ายๆ จากข้อเท็จจริงซึ่งยังคงรวมอยู่ในชีวิตประจำวันนั้นเอง

5.3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง William Robert Harvey (William Robert Harvey :) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สุนทรียศาสตร์และลักษณะการได้มาสัมผัสด้วยตนเองของผู้มาเยือน ณ หมู่บ้านประวัติศาสตร์ สุรุ普ลการวิจัยในบทคัดย่อไว้ว่า

การศึกษานี้ เป็นการสำรวจแนวความคิดด้านสุนทรียศาสตร์ ตามที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ Appomattox Court House บนพื้นฐานงานวิจัยทางทฤษฎีที่ผ่านมา คำจำกัดความของสุนทรียศาสตร์ถูกใช้เพื่อที่จะทดสอบว่า ผู้มาเยี่ยมอุทยานมาด้วยเหตุผลที่เกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์หรือไม่ มีการวิเคราะห์เพื่อที่จะกำหนดความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับของสุนทรียศาสตร์กับเหตุผลที่เป็นสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ สำหรับการมาเยี่ยมชมอุทยาน วิเคราะห์ว่า ระดับสุนทรียศาสตร์ที่ได้มาสัมผัสถึงอย่างไร คำตอบมีผลต่อการจัดตั้งอุทยานอย่างไรบ้าง การใช้สิ่งกระตุ้นสำหรับสุนทรียศาสตร์และตัวแปรต่างๆ ที่สำคัญ ที่มีศักยภาพ

กล่าวคือ ตัวชี้วัด ความรู้ของผู้มาเยี่ยมชม ความเข้าใจเกี่ยวกองมหาชนและข้อขัดแย้ง รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า ในขณะที่สุนทรียศาสตร์เป็นใจความสำคัญ สำหรับผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน แต่ผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นสิ่งที่ถูกยกต่อการคาดคะเนเมื่อมีการเทียบเคียงกันระหว่างตัวแปรอิสระและสิ่งที่เป็นคุณสมบัติอย่างเดียวกันของผู้มาเยี่ยมชมอุทยาน รวมทั้งมีข้อเสนอแนะสำหรับนักวิจัยในครั้งต่อไปเมื่อมีการตรวจสอบแนวคิดสุนทรียศาสตร์

ไซมอน เรานี้ ได้สรุปความเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ในกรณีศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวท้องถิ่น : เมื่อหาต่างๆที่เกี่ยวกับความสามารถในการดำรงไว้และโอกาสต่างๆ ไว้ว่า เมื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในอสเตรเลียได้มีการขยายตัวมากขึ้น การตื่นตัวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มมากขึ้น ลิขสิทธิ์และความมีสุนทรียศาสตร์ ในระดับประเทศ ได้ถูกพัฒนาขึ้น โดยสมาคมที่มีอำนาจหรือหน้าที่แนะนำเกี่ยวกับงานศิลปะท้องถิ่น แห่งชาติ เพื่อให้แน่ใจว่า สิทธิของชาวอาช澳สเตรเลียท้องถิ่น วัฒนธรรม ความเดาวันนี้ถือต่อวัฒนธรรมต้นแบบและมูลค่าของวัฒนธรรมได้ถูกป้องกัน นอกจากนั้นยังส่งเสริมอุดสาಹกรรม ทางด้านที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ และหัตถกรรมท้องถิ่น ในอสเตรเลียตะวันตก คณะกรรมการบริการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น (waitoc) ตั้งขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวในอสเตรเลียตะวันตก ต่อการสร้างความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับ ในการท่องเที่ยวท้องถิ่นในอสเตรเลียตะวันตก เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อถือในธุรกิจท่องเที่ยว ท้องถิ่น คณะกรรมการบริการด้านการดำเนินการการท่องเที่ยวท้องถิ่น ระบุว่าการลงทุนด้านการท่องเที่ยวต้องแสดงให้เห็นถึงมาตรการดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องได้จากบุคคลภายนอกในท้องถิ่น
2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้ต้องมีความเหมาะสมและละเอียดอ่อนต่อวัฒนธรรม ต้องเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการเองหรือผู้ประกอบการควรได้รับอนุญาตในการดำเนินการหรือการได้ข้อมูลทางวัฒนธรรมในพื้นที่จากเจ้าของประเทศที่สอดคล้องกับองค์กร ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องมีหน้าที่ต่อไปนี้
 - 2.1 ต้องทำการปกป้องความรู้และรูปแบบต่างๆทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
 - 2.2 ต้องทำให้แน่ใจว่าภาพพจน์และสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากชาวอาช澳สเตรเลียท้องถิ่น
 - 2.3 ต้องทำให้แน่ใจว่าสินค้าได้ถูกพัฒนาโดยบุคคลในท้องถิ่น
 - 2.4 ต้องทำให้แน่ใจว่าคนในท้องถิ่น จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้าจากการใช้สิทธิทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและทรัพย์สินทางปัญญา

5.4 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้(The Authenticity management of South Isan Tourism)คณบุรีวิจัยได้กำหนด ระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ การสังเกต และการจัดประชุมกลุ่มอย่าง (Focus Group)เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ ไค-สแควร์ (χ^2) ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

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

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณบุรีวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้เหมาะสมกับการหาค่าตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1. นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุมตัวอย่างเชิงก้อนhimbe(Snowball sampling) เพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึกเกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อม ประเพณีภัณฑกรรมของกลุ่มชาติพันธ์ในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2. นักวิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปสำหรับหากลุ่มตัวอย่างของ ทาโร่ยาโมเน่(Taro Yamone) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด โดยเฉลี่ยจำนวนประชากรตามจำนวนประชากรที่ไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ตั้งแสดงไว้ในตารางที่ 3.2

3. กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพื่อเจาะจงจำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน จากหน่วยงาน สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานผังเมืองจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และองค์กรบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานละ 1-2 คน ทั้ง 6 จังหวัด รวมไปถึง

ผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และยุทธศาสตร์พัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณานักวิจัยได้เลือกใช้เครื่องหมายประเททให้เหมาะสมกับการตอบคำถามงานวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

- เอกสาร และข้อมูลการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
 - แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคคลที่ไว้ไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม ศภាពแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ อัตลักษณ์ เครื่องมือเป็นคำๆ ปลายเปิดให้เพื่อให้สามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้ได้อย่างเต็มที่
 - แบบสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาประวัติศาสตร์และโบราณคดี สาขาสถาปัตยกรรม สาขาวัฒนธรรม สาขาวาระจัดการ สาขาละ 1 คน และสาขาศิลปะ 3 คน รวม 6 คน หากความเชื่อมั่นของแบบสำรวจโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลfa (Alpha Coefficient) ตามเกณฑ์ของครอนบาก (Cronbach)
 - การจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ ทางแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 - การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล นักวิจัยเก็บข้อมูลตามประเภทของเครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.3.4.1. การสัมภาษณ์เชิงลึกการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรง (Face to Face Interview) ระหว่างนักวิจัยและ นักวิชาการทางศิลปะ โบราณคดี สถาปัตยกรรม ผ้าพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการทำท่อเที่ยว ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานวัฒนธรรม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยคณะกรรมการถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถได้เนื้อหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

3.3.4.2. การสำรวจ ใช้วิธีเดินทางไปสำรวจที่จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้งหมด 6 จังหวัดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ บริเวณโรงเรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวในเมืองศูนย์การค้า โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสำรวจอย่างชัดเจน

3.3.4.3. การจดประชุมเพื่อร่วมความคิดเห็น เก็บรวมรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียง การจดบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นนำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหาตัวบ่งบอกความมีสุนทรียศาสตร์ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่

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

3. การจัดเรทีประชุม วิเคราะห์ข้อมูลจากการของค่าความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็นตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดเรที การสังเกตสถานการณ์และปรับทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อคิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การทางแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สรุปความยังคงโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

5.5 ผลการวิจัย คณานักวิจัยได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้งนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธ์

แต่โดยรวมฯแล้ว ลักษณะที่เป็นอัตตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

1. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
2. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน
3. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์
4. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
5. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวรวมชาติของจังหวัด
6. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว
7. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวพืชพรรณไม้พื้นเมือง
8. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
9. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวอาหารท้องถิ่น
10. อัตตลักษณ์ที่เกี่ยวสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะกรรมการจึงนำประเภทของอัตตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนักท่องเที่ยวทั่วชาติไทย และชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ เพื่อให้การวัดระดับความสีสุนทรียศาสตร์ด้วยการประเมินผลใช้ทฤษฎีการประเมินผล การศึกษา ประเภทพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ของบลูมและคณะ (Bloom and other) กำหนดระดับความมีสุนทรียศาสตร์ไว้ 5 ระดับ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดทั่วชาติไทยและชาวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีดีไซบชีนในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและซึ่งชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานได้จำแนกประเภทตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. เกี่ยวกับความคงdam และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ 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. เกี่ยวกับความคงdam และความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 4 จังหวัดชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และระดับ 2 เท่ากัน

3. เกี่ยวกับความคงdam และความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมา อยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. เกี่ยวกับความคงdam และความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่ากัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3

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

5. เกี่ยวกับความงามคุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ 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 ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่ากัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

7. เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. เกี่ยวกับความงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

9. เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่ากัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

10. เกี่ยวกับความต่างๆ ความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ขัญภูมิ อุดรธานี ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อุดรธานี ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด นครราชสีมา และอุบลราชธานี อุดรธานี ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อุดรธานี ในระดับ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า

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

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษา yothasatr พัฒนาสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สร้างความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า yothasatr พัฒนาสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สร้างความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมชี้นกันและกัน ในวาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี ท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

5.6 สรุปและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

การทำโครงการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า การจัดการความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ กล่าวคือ ความมีสุนทรียศาสตร์คือความชุมชนซึ่งในคุณค่าความงามที่เกิดจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเรื่องที่ชุมชนต้องช่วยกันสร้าง ช่วยกันรักษาและปกป้อง ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวเองก็ต้องการ

บริโภคการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นความสะดวกทั่วไป และความเป็นตัวตนที่เป็นของแท้ ของจริงของ ชุมชน เพราะผลจากการท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้าง โอกาสเหล่านี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจคุณค่า ความดงามของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อได้ที่ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงามที่แตกต่างแล้ว ผู้คนจะเบียดเบียนกันน้อยลง สังคมจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยวจะทำหน้าที่ของ การสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ ในการทำางานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือเป็นรายจังหวัด

บรรณานุกรม

- บัณฑิต จุลารักษ์.(2547) .การวิเคราะห์ผลกรอบสิงแวดล้อม:ทางด้านสุนทรียภาพ. โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ไพบูลย์ พัฒน์ไพบูลย์.(2541)สุนทรียศาสตร์:แนวความคิด ทฤษฎีและการพัฒนา. สำนักพิมพ์
เสมาธรวรรณ. กรุงเทพฯ.
- นงลักษณ์ ทองศรี.(2547)เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์กรและการจัดการ. มหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์. บุรีรัมย์.
- สุชาติ สุทธิ.(2544).สุนทรียภาพของชีวิต. สำนักพิมพ์เสมาธรวรรณ. กรุงเทพฯ.
- วิรุณ ตั้งเจริญ((2546).สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต. สำนักศิริการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- วนิดา จำเรียง.สุนทรียศาสตร์. พรานนกการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
<http://www.stou.ac.th/Thail/Offices/Oce/Knowledgehtml> สืบคันเมื่อ 2006 August 3.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.
<http://www.greenzonethailand.com> สืบคันเมื่อ 2006, August 8.
- Erik Cohen. (2002)Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism. Journal of
sustainable tourism. สืบคันเมื่อ 2006 August 16.
- Amareshwar Galla.(1994)Authenticity:Rethinking Heritage Diversity in a Pluralistic
Framework. สืบคันเมื่อ 2006 August 16.
- Bath&North East Somerset.City of Bath World Heritage Site Management Plan. Available
:<http://www.bathnes.gov.uk>. สืบคันเมื่อ 2006 October 17.
- Silvennoinen H.2 and Kolehmainen0.3.Ecological and aesthetic values in urban forest
management. Urban Forestry & Urban Greening, Volume1, Number3, March
2003, pp. สืบคันเมื่อ 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 .
- Chery I Hargrove(2003)Authenticity in Cultural Heritage Tourism.Reflections Quarterly Newsletter. สืบค้นเมื่อ 2006 AOctober 17.
- Elizabeth Vines.Streetwise Asia. A Pracitycal Guide for the Conservation and Revitalisation of Heritage Cities and Towns in Asia. <http://www.unescobkk.org/> สืบค้นเมื่อ.2006 August26.
- 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/chaiyaphum/index_t.shtml.2006,August19.

ภาคผนวก ก.

บทความ

การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Authenticity management of South Isan Tourism

จารุณี ชัยโชคดอนันต์

Jarunee Chaichodanan

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษา ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อหาแนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเพื่อศึกษาอยุทธยาศาสตร์พึงพาเสริมสร้าง ความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์ การรับรู้เรื่องคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม จังหวัดนักวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือนักวิชาการและผู้รู้ ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยว นักวิจัยใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 433 คนและชาวต่างชาติจำนวน 102 คน การหาแนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และการหาแนวทางกำหนดอยุทธยาศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน นักวิจัยใช้การจัดเวลาที่ประชุมเป็นเครื่องมือ กลุ่มประชากรคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เป็นเฉพาะของตนเองใน เรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่ง กายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวทางชุมชน องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ฝ้า พื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว แตกต่างจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความคงดง คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากการพัฒนาและประเพณีท้องถิ่น ความคงดงและความน่าสนใจใน สำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความคงดงและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ ความคงดงและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความคงดง คุณค่า และความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้และแนวทาง กำหนดยุทธศาสตร์เพิ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานได้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหา ความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พぶว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึง ระดับพื้นที่ และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาลประจำ ท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญ กับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

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 linking 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 ทำให้มีศักยภาพในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่จะก่อประโยชน์ให้กับประเทศไทยได้หลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและคนในท้องถิ่น ส่วนด้านวัฒนธรรมนั้น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมหลากหลาย

ตามกลุ่มชาติพันธ์ ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นของคนไทยเอง ทำให้ นักท่องเที่ยว ที่ไปท่องเที่ยวบ้างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย เกิดการรับรู้จากประสบการณ์ การท่องเที่ยว ด้วยคุณค่าและความงาม จากความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง การ ท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนใต้มีให้เลือกท่องเที่ยวอย่างหลากหลายทั้งด้านแหล่ง ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของกิจกรรม ที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็น ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหาร ท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยว尼ยมท่องมาเที่ยวที่อีสานได้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

พื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคอีสานตอนใต้ มีทั้งหมด 6 จังหวัด คือจังหวัด ชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัด อุบลราชธานี กลุ่มจังหวัดในอีสานได้ดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ น่าสนใจหลากหลายตามอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปเป็นรายจังหวัด คุณค่าและความคงทนที่เกิด จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเหล่านั้น เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความการรับรู้ที่ประทับใจด้านสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยว ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานให้เป็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวสามารถทำให้ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ซาบซึ้งถึงเสน่ห์ในความเป็นตัวตนของท้องถิ่น เกิดการรับรู้คุณค่า และ ความคงทนที่เป็นของจริง ของแท้ด้วยตัวเดิม ทำให้นักท่องเที่ยว ท้องถิ่น ชุมชน และผู้จัดการการ ท่องเที่ยว สามารถนำเสนอสุนทรียภาพและความงามที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานให้ ได้อย่างชัดเจนสวยงาม มีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ได้มีแนวทางในการจัดการเรื่องดังกล่าวต่อไปให้เกิดประโยชน์อย่าง เหมาะสม

ดังนั้นคุณะวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสาน ให้จากการอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในประเด็นของกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่ง ท่องเที่ยว พืชพรรณไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น โดยตั้งค่าตามงานวิจัยเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มี

ลักษณะเป็นเช่นไร ความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวควรทำอย่างไร และแนวทางกำหนดคุณภาพศาสตร์พัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร

วัตถุประสงค์

จากหลักการและเหตุผลในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่ก่อร่วม นักวิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้คือ

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

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักวิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามกิจกรรม เพื่อให้ได้ค่าตอบแทนวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้คือ

1. กิจกรรมด้านการหาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังนี้คือ
 - 1.1 หาข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการศึกษาเอกสาร และจากข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
 - 1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคลทั่วไป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรม ประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างเชิงก้อนหิมะ(Snowball sampling)
2. กิจกรรมด้านการหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังต่อไปนี้คือ

2.1 สร้างแบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชากีฬาและบุคคลที่เกี่ยวข้อง หาความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลfa (Alpha Coefficient)ตามวิธีของครอนบาก (Cronbach) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ยามโน (Taro Yamone)

2.2 สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและบุคคลทัวร์ไปเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้ง 6 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ยามโน (Taro Yamone) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

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

3. กิจกรรมด้านการหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และกิจกรรมด้านการแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดย เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ทำโดยการ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อหาแนวทาง จัดการความเป็นสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ หาแนวทางกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

นิยามศัพท์เฉพาะการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นงานวิจัยที่กล่าวถึงคุณค่า ความน่าสนใจ ความงาม ความซาบซึ้ง ความประทับใจจากการรับรู้ จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดจากความเป็นตัวตนที่แท้จริงของ สถานที่ท่องเที่ยว บุคคล วัฒนธรรมและภูมิปัญญา อาหารการกิน ตลอดจนทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นตัวตนของจังหวัดนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน นักวิจัยจึงได้นิยามศัพท์ที่ใช้เฉพาะงานวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้คือ

- 1. สุนทรียะ** สุนทรียะคือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตดงงานของจิตใจ ความประณีตดงงานของการใช้ชีวิตส่วนตัว และ ส่วนรวม ที่หมายรวมถึง ทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม และวรรณกรรม
- 2. สุนทรียภาพ** สุนทรียภาพคือความรู้สึกถึงความงาม ภาพความงามในความคิดหรือ ภาพของความงามในสมอง (Image of Beauty) ศักยภาพของการรับรู้ความงามที่สามารถสัมผัส หรือรับความงามได้แตกต่างกัน เป็นความงามที่อาจเกิดจากภาพ จากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษร หรือประสาทสัมผัสอื่นๆ
- 3. สุนทรียศาสตร์** สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์หรือวิชาที่เกี่ยวกับความงามและสิ่งที่งาม ทั้งในงานศิลปะ และในธรรมชาติ โดยการศึกษาประสบการณ์ คุณค่าของความงาม และ มาตรการตัดสินใจว่า อะไรงาม หรือไม่งาม เป็นแนวคิดในเชิงปรัชญา เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาที่ เป็นการแสวงหา หรือเป็นความรักในภูมิปัญญา (Love of Wisdom) การแสวงหาความความจริง ความดี และความงาม สุนทรียศาสตร์อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ เรื่อง ของทฤษฎี เรื่องของ เหตุผลในบริบทความคิด ความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญาหรือนัก สุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง
- 4. สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว** สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวคือความงามที่เกิดจาก การแสวงหาความจริงที่เป็นของแท้จากบริบทของภูมิปัญญา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความประณีตดงงานที่เกิดจากการใช้ชีวิตของผู้คน ที่ สามารถสร้างประสบการณ์ชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนได้
- 5. อัตลักษณ์** อัตลักษณ์คือความเป็นตัวตนของผู้คน ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น เรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน แหล่งธรรมชาติและความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม อุดมคติ การจัดความสัมพันธ์กับคนอื่นภายใต้บริบทของ สภาพแวดล้อมอย่างโดยย่างหนึ่ง ซึ่งจะแสดงตัวตนหรือความเป็นอัตลักษณ์ในอุปชองภาษา หรือ เทคโนโลยีอื่นๆ
- 6. การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว** การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว คือการวางแผนทาง การกำหนด หรือการจัดการที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดสุนทรียภาพ จากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยการสนับสนุน สงเสริม หรือจัดการให้เกิดความงามที่มีคุณค่า แก่นักท่องเที่ยวจากความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในบริบทของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร วิถีชีวิตและความลงตัวในการดำเนินชีวิต ศิลปะ วรรณกรรม หัตถกรรม และ สถาปัตยกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะกรรมการวิจัยได้เลือกใช้เครื่องหมายประเททให้เหมาะสมกับการตอบคำถามงานวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ โดยได้เลือกเครื่องเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยดังต่อไปนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นเช่นไร คณะกรรมการวิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้คือ

1.1. เอกสาร และข้อมูลการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความงาม และความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด

1.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการและบุคลาชีวิป เกี่ยวกับความงาม ความเป็นอัตลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่าในเรื่องของอาหาร เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย ภาษาพูด ฯลฯ ลักษณะ เครื่องมือเป็นคำถามปลายเปิดให้เพื่อให้สามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้ได้อย่างเต็มที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับใด คณะกรรมการวิจัยเลือกใช้แบบสำรวจ เพื่อสำรวจระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เนื้อหาในแบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพ การใช้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวและจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงข้อตกลงในการกำหนดระดับการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถนำมาจัด ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้

ส่วนที่ 2. เป็นคำถามเกี่ยวกับประเททของ อัตลักษณ์ที่แท้จริงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยรวบรวมและสังเคราะห์มาจากคำสัมภาษณ์และเอกสารที่ได้มาจากการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แบ่งประเทท ออกเป็น 10 ประเททตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชา ประวัติศาสตร์และโบราณคดี สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สาขาวัฒนธรรม สาขาวิชาจัดการ สาขาระดับ 1 คน และสาขาวิชาศิลปะ 3 คน รวม 6 คน หากความเชื่อมั่นของแบบสำรวจโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลfa (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาก (Cronbach)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่าแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ทำได้อย่างไร คณานักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

3.1 การจัดเรื่องประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษาถูกศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยตั้งคำถามงานวิจัยว่า ยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรทำอย่างไร คณานักวิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

4.1 การจัดเรื่องประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวทางจัดการความมีสุนทรียศาสตร์ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

4.2 การบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

นักวิจัยเก็บข้อมูลตามประเภทของเครื่องมือดังต่อไปนี้คือ

1. **การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรง (Face to Face Interview)** ระหว่างนักวิจัยและ นักวิชากรทางศิลป โบราณคดี สถาปัตยกรรม ผ้าพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานวัฒนธรรม ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยคณานักวิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถได้เนื้อหาของการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

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

3. **การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น เก็บรวมรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียง การจดบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพ**

การวิเคราะห์ข้อมูล

นักวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. **การสัมภาษณ์** วิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะของอัตลักษณ์จังหวัด จากนั้นจึงนำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อนำไปหารดับความมีสุนทรียศาสตร์ได้ทั้งหมด 10 หมวดหมู่

2. **การสำรวจ** วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคม สาสตร์ ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ วัดระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติดทดสอบ ไค – สแควร์ (χ^2) แล้วแปลผลตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จากประสบการณ์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. **การจัดเวลาที่ประชุม** วิเคราะห์ข้อมูลจากองค์ความรู้ที่ได้จากการประชุม สรุปประเด็น ตามระดับความมีสุนทรียศาสตร์ และสรุปตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหารดับความมีสุนทรียศาสตร์ของจังหวัด ถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดเวลา การสังเกตสถานการณ์และบริบททั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลตามค่าตามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ไปสู่การทางแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว และแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานได้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย คณานักวิจัยได้ผลการวิจัยตามค่าตามงานวิจัยได้ดังนี้คือ

ค่าตามงานวิจัยข้อที่ 1. ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็น เช่นไร ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีหลากหลายไปตามกลุ่มชาติพันธ์ แต่โดยรวมๆแล้ว ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มจังหวัดอีสานทั่วไป โดยสามารถจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ได้ 10 ประเภทด้วยกันคือ

1. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
2. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับสำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน

3. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์

4. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน

5. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด

6. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว

7. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับพิชพารณ์ไม้พื้นเมือง

8. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฝ้าพื้นบ้าน

9. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น

10. อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

จากนั้นคณะกรรมการจังหวัดของอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวไปตั้งเป็นข้อคำถามเพื่อวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์เป็นรายจังหวัด จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

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

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกตื่มตัวซาบซึ้งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดติด ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2. หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำแนกประเภทตามอัตราลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้ดังนี้คือ

1. เกี่ยวกับความคงามและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ 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. เกี่ยวกับความคงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน พบร่วมกันว่า 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 เท่ากัน

3. เกี่ยวกับความคงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์ พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด นครราชสีมาอยู่ในระดับ 4 สำหรับจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ นครราชสีมา และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

4. เกี่ยวกับความคงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน พบร่วมกันว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 3 โดยมีจังหวัด ศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 และ 3 ในจำนวนเท่ากัน ส่วนจังหวัดอื่นๆอยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

5. เกี่ยวกับความดงามคุณค่าและความความสมบูรณ์ของหลังห้องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 3 ส่วนจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับ 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และชัยภูมิ อยู่ในระดับ 3

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

7. เกี่ยวกับคุณค่าและความน่าสนใจของพิชพรณไม้พื้นเมือง พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด ชัยภูมิ นครราชสีมาและศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 4 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 เช่นกัน โดยมีจังหวัด อุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

8. เกี่ยวกับความดงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบล และ อยู่ในระดับ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับ 3

9. เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่ากัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5

10. เกี่ยวกับความดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พบว่า ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ 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. แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวการทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า

1. ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัด ไปจนถึงระดับท้องถิ่น
2. จังหวัดควรพยายามค้นพบอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองให้พบ โดยเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให่ง่ายต่อการจัดการ หรือง่ายต่อการรณรงค์
3. ใน การพัฒนาพื้นที่ หรือการจัดกิจกรรมอันใดที่จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่จะทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวได้ด้วย

คำถามงานวิจัยข้อที่ 4. ยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านการทำอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านทำได้โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ในวาระและโอกาสในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

สรุปและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

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

เป็นของแท้ ของจริงของชุมชน เพราะผลจากการท่องเที่ยวได้รับ คือประสบการณ์ที่มีค่าของชีวิต การท่องเที่ยวสร้างโอกาสเหล่านี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีสุนทรียศาสตร์ จะช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจคุณค่า ความมหงุดงามของชีวิตที่แตกต่าง เมื่อได้ผู้คนในโลกเข้าใจถึงคุณค่าความงามที่แตกต่างเหล่า ผู้คนจะเบี่ยงเบนกันน้อยลง สันติสุขจะมีเพิ่มขึ้น เมื่อเป็นดังนั้น การท่องเที่ยวจะทำหน้าที่ของการสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยหาระดับความมีสุนทรียศาสตร์ในรายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือเป็นรายจังหวัด

บรรณานุกรม

บัณฑิต จุลาสัย.(2547).การวิเคราะห์ผลกระบวนการลิงแวดล้อมทางด้านสุนทรียภาพ. โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ.

ไพบูลย์ พัฒโน้ตถุยิ่ง.(2541)สุนทรียศาสตร์แนวความคิด ทฤษฎีและการพัฒนา. สำนักพิมพ์เสมา
ธรรม.กรุงเทพฯ.

นงลักษณ์ ทองศรี.(2547)เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์กรและการจัดการ. มหาวิทยาลัยราช
ภัฏบูรีรัมย์.บุรีรัมย์.

สุชาติ สุทธิ.(2544).สุนทรียภาพของชีวิต. สำนักพิมพ์เสมาธรรม.กรุงเทพฯ.

วิรุณ ตั้งเจริญ((2546).สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต. สันติศิริการพิมพ์.กรุงเทพฯ.

วนิดา จำเรียง.สุนทรียศาสตร์.พรานนกการพิมพ์.กรุงเทพฯ.

รำ ไพ พ ร ณ แก้ว สุริยะ . แนวคิด เกี่ยวกับ การ ท่อง เที่ยว ที่ ยั่ง ยืน .

<http://www.stou.ac.th/Thail/Offices/Oce/Knowledge/1-49/Page5-1-49.html> 2006 August 3.

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. 2006 August 16.

Amareswar Galla.(1994)Authenticity:Rethinking Heritage Diversity in a Pluralistic Framework. 2006 August 16.

Bath&North East Somerset.City of Bath World Heritage Site Management Plan. Available :<http://www.bathnes.gov.uk/worldheritage/2.4Signif.htm>.2006October17.

Silvennoinen H.2 and Kolehmainen0.3.Ecological and aesthetic balues in urban forest management.Urban Forestry & Urban Greening,Voume1,Number3,March 2003,pp.2006August16.

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/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 .

Chery I Hargrove(2003)Authenticity in Cultural Heritage Tourism.Reflections Quarterly Newsletter.2006AOctober17.

Elizabeth Vines.Streetwise Asia. A Pracitycal Guide for the Conservation and Revitalisation of Heritage Cities and Towns in Asia.
http://www.unescobkk.org/elib/publications/streeis_Asia.2006
August26.

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/chaiyaphum/index_t.shtml.2006,August19.

ภาคผนวก ข.

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตารางวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 433 คน จาก 6 จังหวัดอีสานใต้ ในแต่ละส่วน มีรายละเอียดดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และร้อยละ

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

ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	นครราชสีมา		
1. ความคงทน คุณค่า และ ความน่าสนใจ ในกิจกรรมที่ เกิดจาก วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	0	12 22.2	0	0	0	8 3.5	20 4.6	153.164*
	2 จำนวน ร้อยละ	3 6.1	7 13.0	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 สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ รินทร์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะแกง	นคร ราช สีมา		
2. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในสำเนียง การพูดภาษาฯ ถิ่นของผู้คน	1 จำนวน ร้อยละ	1 2.0	8 14.8	1 2.2	0	0	8 3.5	18 4.2	111.803*
	2 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	10 18.5	3 6.7	0	2 4.5	13 5.8	30 6.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	12 24.5	21 38.9	38 84.4	6 40.0	18 40.9	62 27.4	157 36.3	
	4 จำนวน ร้อยละ	22 44.9	11 20.4	3 6.7	4 26.7	23 52.3	95 42.0	158 36.5	
	5 จำนวน ร้อยละ	12 24.5	4 7.4	0	4 33.3	1 2.3	48 21.2	70 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
3. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในการแต่ง กายของผู้คน ที่เป็นลักษณะ เฉพาะของ กลุ่มชาติพันธ์	1 จำนวน ร้อยละ	1 2.0	6 11.1	0 0	0 0	0 0	15 6.6	22 5.1	54.289 [*]
	2 จำนวน ร้อยละ	3 6.1	6 11.1	2 4.4	1 6.7	3 6.8	12 5.3	27 6.2	
	3 จำนวน ร้อยละ	23 46.9	19 35.2	37 82.2	6 40.0	21 47.7	80 35.4	186 43.0	
	4 จำนวน ร้อยละ	14 28.6	16 29.6	5 11.1	3 20.0	12 27.3	88 38.9	138 31.9	
	5 จำนวน ร้อยละ	8 16.3	7 13.0	1 2.2	5 33.3	8 18.2	31 13.7	60 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
4. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ในบุคลิก ลักษณะ เฉพาะของ กลุ่มคน	1 จำนวน ร้อยละ	1 2.0	8 14.8	0 0	0 0	0 0	8 3.5	17 3.9	58.321*
	2 จำนวน ร้อยละ	6 12.2	7 13.0	3 6.7	1 6.7	2 4.5	18 8.0	37 8.5	
	3 จำนวน ร้อยละ	20 40.8	19 35.2	37 82.2	6 40.0	18 40.9	86 38.1	186 43.0	
	4 จำนวน ร้อยละ	15 30.6	15 27.8	4 8.9	5 33.3	18 40.9	79 35.0	136 31.4	
	5 จำนวน ร้อยละ	7 14.3	5 9.3	1 2.2	3 20.0	6 13.6	35 15.5	57 13.2	

ตาราง 1.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย [*] ภูมิ	สุรินทร์	อุบล ราชธานี	ศรี สะแกง	นคร ราชสีมา		
5. ความ งดงามคุณค่า และความ สมบูรณ์ของ แหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติของ จังหวัด	1 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	3 5.6	0	0	0	7 3.1	12 2.8	49.169 [*]
	2 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	8 14.8	3 6.7	0	1 2.3	15 6.6	29 6.7	
	3 จำนวน ร้อยละ	7 14.3	18 33.3	7 15.6	7 46.7	1 2.3	46 20.4	86 19.9	
	4 จำนวน ร้อยละ	25 51.0	18 33.3	26 57.8	3 20.0	30 68.2	91 40.3	193 44.6	
	5 จำนวน ร้อยละ	13 26.5	7 13.0	9 20.0	5 33.3	12 27.3	67 29.6	113 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
6. ความ นำสนใจของ องค์ความรู้ที่ ได้จากการแหล่ง ท่องเที่ยว	1 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	3 5.6	0 0	0 0	0 0	7 3.1	12 2.8	49.169*
	2 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	8 14.8	3 6.7	0 0	1 2.3	15 6.6	29 6.7	
	3 จำนวน ร้อยละ	7 14.3	18 33.3	7 15.6	7 46.7	1 2.3	46 20.4	86 19.9	
	4 จำนวน ร้อยละ	25 51.0	18 33.3	26 57.8	3 20.0	30 68.2	91 40.3	193 44.6	
	5 จำนวน ร้อยละ	13 26.5	7 13.0	9 20.0	5 33.3	12 27.3	67 29.6	113 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
7. ความงาม คุณค่าและ ความน่าสนใจ ของพืชพรรณ ไม้พื้นเมือง	1 จำนวน ร้อยละ	1 2.0	5 9.3	1 2.2	0 0	0 0	10 4.4	17 3.9	86.051*
	2 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	6 11.1	6 13.3	1 6.7	0 0	23 10.2	38 8.8	
	3 จำนวน ร้อยละ	20 40.8	16 29.6	31 68.9	8 53.3	2 4.5	57 25.2	134 30.9	
	4 จำนวน ร้อยละ	10 20.4	16 29.6	5 11.1	2 13.3	22 50.0	86 38.1	141 32.6	
	5 จำนวน ร้อยละ	16 32.7	11 20.4	2 4.4	4 26.7	20 45.5	50 22.1	103 23.8	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย [*] ภูมิ	สุรินทร์	อุบล ราชธานี	ศรี สะแกง	นคร ราชสีมา		
8.ความ งดงาม และ คุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ผ้า พื้นบ้าน	1 จำนวน ร้อยละ	2 4.1	7 13.0	0 0	0 0	0 0	7 3.1	16 3.7	55.0 [*]
	2 จำนวน ร้อยละ	3 6.1	7 13.0	0 0	1 6.7	2 4.5	15 6.6	28 6.5	
	3 จำนวน ร้อยละ	10 20.4	13 24.1	4 8.9	4 26.7	0 0	49 21.7	80 18.5	
	4 จำนวน ร้อยละ	16 32.7	15 27.8	30 66.7	4 26.7	23 52.3	96 42.5	184 42.5	
	5 จำนวน ร้อยละ	18 36.7	12 22.2	11 24.4	6 40.0	19 43.2	59 26.1	125 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
9. รสชาติ คุณค่า และ [*] ความน่าสนใจ ของอาหาร ท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	1 1.9	0 0	0 0	0 0	6 2.7	7 1.6	34.668*
	2 จำนวน ร้อยละ	1 2.0	8 14.8	1 2.2	2 13.3	0 0	13 5.8	25 5.8	
	3 จำนวน ร้อยละ	16 32.7	6 11.1	12 26.7	5 33.3	7 15.9	61 27.0	107 24.7	
	4 จำนวน ร้อยละ	16 32.7	27 50.0	15 33.3	4 26.7	24 54.5	92 40.7	178 41.1	
	5 จำนวน ร้อยละ	16 32.7	12 22.2	17 37.8	4 26.7	13 29.5	54 23.9	116 26.8	

ตาราง 1.2.1(ต่อ)

ความมีสุนทรียศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	นครราชสีมา		
10. ความengagement ความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	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 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 1.3.1 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตโนมัติของจังหวัด จำแนกตามจังหวัด

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตโนมัติลักษณ์ ของจังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากภัยธรรมชาติและประเพณีท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	62.840	5	12.568	13.514*	0.000
ภายในกลุ่ม	397.100	427	0.930		
รวม	459.940	432			
ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน					
ระหว่างกลุ่ม	53.905	5	10.781	12.724*	0.000
ภายในกลุ่ม	361.790	427	0.847		
รวม	415.695	432			
ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์					
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
ความคงดีและความน่าสนใจ บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน					
ระหว่างกลุ่ม	18.279	5	3.656	4.144*	0.001
ภายในกลุ่ม	376.723	427	0.882		
รวม	395.002	432			
ความคงดีคุณค่าและความสมบูรณ์ 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			
ความคงดี และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	29.928	5	5.986	6.042*	0.000
ภายในกลุ่ม	423.033	427	0.991		
รวม	452.961	432			

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตโนมัติ ของจังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
ราษฎร คุณค่า และความน่าสนใจของ อาหารท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	8.527	5	1.705	1.976 [*]	0.081
ภายในกลุ่ม	368.595	427	0.863		
รวม	377.122	432			
ความคงทนและความน่าสนใจของ 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 พบร่วมกันว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จาก อัตโนมัติของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด แตกต่างกันที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกๆเรื่อง จึงทำการเปรียบเทียบเชิงชั้นตามวิธีของ LSD แสดง ดังตาราง 1.3.2

ตาราง 1.3.2 การเปรียบเทียบเชิงข้อ (Multiple Comparisons) โดยวิธีของ LSD

จังหวัด	(I) จังหวัด		(J)	Mean	Sig.
				Difference (I-J)	
ความมั่งคั่ง คุณค่า และความน่าใช้ในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ		1.10*	0.000
		สุรินทร์		0.78*	0.000
		อุบลราชธานี		0.18	0.531
		ศรีสะเกษ		-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
		ศรีสะเกษ		-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
		ศรีสะเกษ		-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
		ศรีสะเกษ		-0.48	0.098
		นครราชสีมา		0.21	0.409

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความมั่งคงทาง คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	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
ความมั่งคงทางและความน่าสนใจในเนื้อหาพูดภาษาถิ่นของผู้คน	บุรีรัมย์	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
ความมั่งคงทางและความน่าสนใจในสำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	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.
ความมั่งคงและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.08	0.779
		ชัยภูมิ	1.06*	0.000
		สุรินทร์	0.98*	0.000
		ศรีสะเกษ	0.41	0.136
		นครราชสีมา	0.22	0.378
	ศรีสะเกษ	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
ความมั่งคงและความน่าสนใจในการ แต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มชาติพันธ์	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.14	0.334
		ชัยภูมิ	0.85*	0.000
		สุรินทร์	0.76*	0.000
		อุบลราชธานี	-0.22	0.378
		ศรีสะเกษ	0.19	0.201
	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	0.29	0.133
		สุรินทร์	0.40*	0.047
		อุบลราชธานี	-0.29	0.312
		ศรีสะเกษ	-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
		ศรีสะเกษ	-0.35	0.080
		นครราชสีมา	-0.26	0.083

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

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

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.	
ความ芒ดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.39*	0.035
	สุรินทร์		-0.03	0.876
	อุบลราชธานี		-0.63*	0.022
	ศรีสะเกษ		-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
	ศรีสะเกษ		-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
	ศรีสะเกษ		0.03	0.914
	นครราชสีมา		0.16	0.529
	ศรีสะเกษ	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
	ศรีสะเกษ		-0.13	0.410

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

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

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความมั่งคงทาง คุณค่าและความสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัด	นครราชสีมา	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	0.48 *	0.013
		สุรินทร์	0.75 *	0.000
		อุบลราชธานี	0.26	0.364
		ศรีสะเกษ	-0.68	0.001
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	0.17	0.265
	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	-0.48 *	0.013
		สุรินทร์	0.27	0.172
		อุบลราชธานี	-0.22	0.445
		ศรีสะเกษ	-1.16 *	0.000
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.31 *	0.038
	สุรินทร์	บุรีรัมย์	-0.75 *	0.000
		ชัยภูมิ	-0.27	0.172
		อุบลราชธานี	-0.49	0.095
		ศรีสะเกษ	-1.43 *	0.000
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.58 *	0.000
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	-0.26	0.364
		ชัยภูมิ	0.22	0.445
		สุรินทร์	0.49	0.095
		ศรีสะเกษ	-0.94 *	0.001
	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.09	0.729

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

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

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

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

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

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

ตาราง 1.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความมั่งคงและความน่าสนใจของ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	0.20	0.337
		สุรินทร์	0.51*	0.019
		อุบลราชธานี	0.75*	0.016
		ศรีสะเกษ	-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
		ศรีสะเกษ	-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
		ศรีสะเกษ	-1.07*	0.001
		นครราชสีมา	-0.60*	0.037
	ศรีสะเกษ	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
		ศรีสะเกษ	-0.48*	0.007

* มีความแตกต่างกันรายคู่

2. ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลชาวต่างชาติ

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากการสำรวจจำนวน 102 คน คณานักวิจัยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตาราง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

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

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีด้ำชาบชื่นในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและซื่อชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

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 2.1.1แสดงจำนวน 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 และความสมพันธ์ของระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุ ริรัมย์ n = 17	ชัย ภูมิ n = 2	สุ รินทร์ n = 6	อุบล ราช ธานี n = 27	ศรี สะเกache n = 4	นคร ราช สีมา N = 46		
1.ความ งดงาม คุณค่า	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	
และความ น่าสนใจ กิจกรรมที่	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	0 0	0 0	0 0	0 0	1 2.2	2 2.0	
เกิดจาก วัฒนธรรม และ	3 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	3 50.0	3 11.1	2 50.0	6 13.0	14 13.7	
ประเพณี ท้องถิ่น	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	22.093

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรีรัมย์	ขอนแก่น	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	นครราชสีมา		
		n = 17	n = 2	n = 6	n = 27	n = 4	n = 46	n = 102	
2. ความ งดงามและ ความ น่าสนใจใน สำเนียงการ พูดภาษาฯ ถิ่นของผู้คน	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	1 2.2	1 1	
	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	28.684
	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)

ความมีสุนทรีย์ศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	นครราชสีมา		
3.ความengagemenและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์	1 จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	
	2 จำนวน ร้อยละ	1 6.3	0	1 16.7	2 7.4	0	3 6.5	7 6.9	19.591
	3 จำนวน ร้อยละ	3 31.3	0	3 50.0	7 25.9	2 50.0	5 10.9	22 21.8	
	4 จำนวน ร้อยละ	5 31.3	2 100	1 16.7	8 29.6	2 50.0	19 41.3	37 36.6	
	5 จำนวน ร้อยละ	5 31.3	0	1 16.7	10 37.0	0	19 41.3	35 34.7	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย [*] ภูมิ	สุรินทร์	อุบล ราชธานี	ศรี สะแกง	นคร ราชสีมา		
4. ความ งดงามและ ความน่าสนใจ ใน บุคลิกลักษณ์ เฉพาะของ กลุ่มคน	1 จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	2	2	19.591
	2 จำนวน ร้อยละ	1 6.3	0	0	0	0	0	1	
	3 จำนวน ร้อยละ	3 18.8	0	16.7	18.5	2 50.0	13 28.3	24 23.8	
	4 จำนวน ร้อยละ	5 31.3	2 100. 0	4 66.7	7 25.9	1 25.0	16 34.8	35 34.7	
	5 จำนวน ร้อยละ	7 43.8	0	16.7	15 55.6	1 25.0	15 32.6	39 38.6	

ตาราง 2.2.1(ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย [*] ภูมิ	สุรินทร์	อุบล ราชธานี	ศรี สะแกง	นคร ราชสีมา		
5. ความ งดงามคุณค่า และความ สมบูรณ์ของ แหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติของ จังหวัด	1 จำนวน ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	11.365
	2 จำนวน ร้อยละ	0	0	0	1	0	2	3	
	3 จำนวน ร้อยละ	3 17.6	50.0	50.0	22.2	50.0	23.9	25.5	
	4 จำนวน ร้อยละ	7 41.2	0	16.7	25.9	50.0	43.5	36.3	
	5 จำนวน ร้อยละ	7 41.2	1 50.0	2 33.3	13 48.1	0	13 28.3	36 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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
6. ความ นำสนใจของ องค์ความรู้ที่ ได้จากการแหล่ง ท่องเที่ยว	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	24.854
	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	0 0	0 0	1 3.7	0 0	0 0	2 2.0	
	3 จำนวน ร้อยละ	3 17.6	0 0	4 66.7	3 11.1	3 75.0	16 34.8	29 28.4	
	4 จำนวน ร้อยละ	8 47.1	0 0	2 33.3	10 37.0	1 25.0	19 41.3	40 39.2	
	5 จำนวน ร้อยละ	5 29.4	2 100. 0	0 0	13 48.1	0 0	11 23.9	31 30.4	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย [*] ภูมิ	สุรินทร์	อุบล ราชธานี	ศรี สะแกง	นคร ราชสีมา		
7. ความงาม คุณค่าและ ความน่าสนใจ ของพืชพรรณ ไม้พื้นเมือง	1 จำนวน ร้อยละ	0	0	1 16.7	1 3.7	0	0	2	32.589
	2 จำนวน ร้อยละ	0	0	1 16.7	3 11.1	1 25.0	2 4.3	7 6.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	4 23.5	0	0 0	4 14.8	3 75.0	10 21.7	21 20.6	
	4 จำนวน ร้อยละ	10 58.8	2 100. 0	3 50.0	8 29.6	0	16 34.8	39 38.2	
	5 จำนวน ร้อยละ	3 17.6	0	1 16.7	11 40.7	0	18 39.1	33 32.4	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมี สุนทรีย์ ศาสตร์จาก อัตลักษณ์ของ จังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรี รัมย์	ชัย ภูมิ	สุ วินทวงศ์	อุบล ราช ธานี	ศรี สะแกง	นคร ราช สีมา		
8. ความ งดงาม และ คุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ผ้า พื้นบ้าน	1 จำนวน ร้อยละ	0	0	0	1	0	0	1	23.473
	2 จำนวน ร้อยละ	2 11.8	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	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 สะแกง	นคร ราช สีมา		
9.รสชาติ คุณค่า และ [*] ความน่าสนใจ ของอาหาร ท้องถิ่น	1 จำนวน ร้อยละ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	7.655
	2 จำนวน ร้อยละ	1 5.9	0 0	0 0	0 0	0 0	2 4.3	3 2.9	
	3 จำนวน ร้อยละ	3 17.6	1 50.0	1 16.7	5 18.5	1 25.0	8 17.4	19 18.6	
	4 จำนวน ร้อยละ	4 23.5	1 50.0	2 33.3	11 40.7	0 0	15 32.6	33 32.4	
	5 จำนวน ร้อยละ	9 52.9	0 0	3 50.0	11 40.7	3 75.0	21 45.7	47 46.1	

ตาราง 2.2.1 (ต่อ)

ความมีสุนทรีย์ศาสตร์จากอัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ	จังหวัด						รวม	χ^2
		บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	นครราชสีมา		
10. ความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	0	0	0	0	0	1	1		
	0	0	0	0	0	2.2	1.0		
	จำนวน ร้อยละ	2 5.9	1 0	0 0	2 7.4	0 0	3 6.5	6 5.9	12.284
		3 จำนวน ร้อยละ	2 11.8	0 0	1 16.7	5 18.5	2 50.0	11 23.9	
	จำนวน ร้อยละ	4 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 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรีย์ศาสตร์ก้าวท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกเป็นรายจังหวัด และรวมทั้ง 6 จังหวัด โดยทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F – test (One – way ANOVA) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 2.3.1 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้ความมีสุนทรีย์ศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัด จำแนกตามจังหวัด

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของ จังหวัด	SS	df	MS	F	P - value
1. ความมั่งคั่ง และความนำ่สันใจ ในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	7.370	5	1.474	2.805*	0.021
ภายในกลุ่ม	50.444	96	0.525		
รวม	57.814	10			
		1			
2. ความมั่งคั่งและความนำ่สันใจในสำเนียง การพูดภาษาถิ่นของผู้คน					
ระหว่างกลุ่ม	9.470	5	1.894	2.334*	0.048
ภายในกลุ่ม	77.902	96	0.811		
รวม	57.373	10			
		1			
3. ความมั่งคั่งและความนำ่สันใจในการแต่ง กายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่ม ชาติพันธ์					
ระหว่างกลุ่ม	5.335	5	1.067	1.273	0.282
ภายในกลุ่ม	79.655	95	0.838		
รวม	84.990	10			
		0			
4. ความมั่งคั่งและความนำ่สันใจใน บุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน					
ระหว่างกลุ่ม	4.066	5	0.813	0.960	0.446
ภายในกลุ่ม	80.448	95	0.847		
รวม	84.515	10			
		0			

ตาราง 2.3.1 (ต่อ)

ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตถลักษณ์ของ 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. ความคงดีและความน่าสนใจของ 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 พบร่วมกันว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความมีสุนทรียศาสตร์ จากอัตลักษณ์ของจังหวัดเมื่อจำแนกตามจังหวัดต่างๆของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่อง ความคงดี คุณค่าและความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เรื่องความคงดีและน่าสนใจในสำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน และ เรื่องความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว จึงทำการเปรียบเทียบเชิงข้อมูลวิธีของ LSD แสดงดังตาราง 2.3.2

ตาราง 2.3.2 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีของ LSD

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

ตาราง 2.3.2 (ต่อ)

	(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Sig.
ความมั่งคั่ง ความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	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
ความมั่งคั่งและความน่าสนใจในสำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน	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
ความมั่งคั่งและความน่าสนใจในสำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน	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.
ความมั่งคั่งและความน่าสนใจใน สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.22	0.428
		ชัยภูมิ	1.22	0.067
		สุรินทร์	1.06*	0.011
		ศรีสะเกษ	0.97*	0.047
		นครราชสีมา	0.31	0.160
	ศรีสะเกษ	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
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	-0.09	0.735
		ชัยภูมิ	0.91	0.164
		สุรินทร์	0.75	0.059
		อุบลราชธานี	-0.31	0.160
		ศรีสะเกษ	0.66	0.161
	บุรีรัมย์	ชัยภูมิ	-1.00	0.089
		สุรินทร์	0.67	0.074
		อุบลราชธานี	-0.30	0.222
		ศรีสะเกษ	0.75	0.086
		นครราชสีมา	0.11	0.624
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้ จากแหล่งท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	1.00	0.089
		สุรินทร์	1.67*	0.010
		อุบลราชธานี	0.70	0.220
		ศรีสะเกษ	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
		ขับภูมิ	-1.67*	0.010
		อุบลราชธานี	-0.96*	0.007
		ศรีสะเกษ	0.08	0.869
		นครราชสีมา	-0.56	0.102
	อุบลราชธานี	บุรีรัมย์	0.30	0.222
		ขับภูมิ	-0.70	0.220
		สุรินทร์	0.96*	0.007
		ศรีสะเกษ	1.05*	0.014
		นครราชสีมา	0.40*	0.034
	ศรีสะเกษ	บุรีรัมย์	-0.75	0.086
		ขับภูมิ	-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
		ขับภูมิ	-1.11	0.052
		สุรินทร์	0.56	0.102
		อุบลราชธานี	-0.40*	0.034
		ศรีสะเกษ	0.64	0.117

* มีความแตกต่างกันรายคู่

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสัญชาติ โดยแบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยค่าสถิติทดสอบ t – test

ตาราง 2.4 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 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 กลุ่มชาติพันธ์	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		ชาวต่างประเทศ		t	P value		
	(n = 433)		(n = 102)					
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
ความมงดงาม 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		
ความมงดงามและความ น่าสนใจของสถาปัตยกรรม ท้องถิ่น	3.84	1.080	4.01	0.949	-1.432	0.153		

จากตาราง 2.4 พบร่วมกันว่า คนไทยและชาวต่างประเทศจะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์
จากอัตลักษณ์ของจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความมงดงาม คุณค่า และ
ความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากการแสวงธรรมะและประเพณีท้องถิ่น ความมงดงามและความน่าสนใจใน
สำเนียงการพูดภาษาถิ่นของผู้คน ความมงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็น^{*}
ลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ ความมงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน
ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากการแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของ
พืชพรรณไม้พื้นเมือง และ รสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่คนไทยจะมี
ระดับความมีสุนทรียศาสตร์น้อยกว่าชาวต่างประเทศ

ภาคผนวก ค.
แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แบบสัมภาษณ์

เรื่องความสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในประเด็นของ

- 1.1 สถาปัตยกรรม
- 1.2 อาคารบ้านเรือน
- 1.3 ภาษาพูด
- 1.4 วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธ์
- 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 วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธ์
- 2.5 อาหาร
- 2.6 การแต่งกาย
- 2.7 สภาพแวดล้อม
- 2.8 โศรรั้งสร้างสังคม

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ขัยภูมิ 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).....
4. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อาชีพ รับราชการ เกษตรกรรม รับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ (ระบุ).....
5. รายได้ 1000-5000 บาท 5001-8000 บาท 8001 บาทขึ้นไป
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้ ครั้งแรก สองครั้ง
 มากกว่าสองครั้ง
7. การได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ หาก ปานกลาง
 น้อย ไม่ได้รับเลย
8. การใช้แหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จาก
 อัตลักษณ์ของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ หาก ปานกลาง น้อย
 ไม่ใช่เลย

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

ข้อตกลงเบื้องต้น คณะกรรมการมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตามระดับการรับรู้จากประสบการณ์ การ การท่องเที่ยว เมื่อได้รู้ เมื่อได้พบ เมื่อได้สัมผัส สถานที่ บุคคล กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดดังต่อไปนี้คือ

การรับรู้ระดับ 5 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีมีด้ำชาบซึ้งในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามค่านิยมที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 4 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกติดตา ต้องใจ ในระดับที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมปกติของตนเอง

การรับรู้ระดับ 3 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชื่อในระดับของการเกิดการยอมรับและชื่นชอบคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 2 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบสนองในระดับของการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยินดี เกิดความพึงพอใจ ที่ได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

การรับรู้ระดับ 1 หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ลำดับ	ความมีสุนทรียศาสตร์ จาก อัตลักษณ์ของจังหวัด	ระดับ					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1.	ความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น						
2.	ความงดงามและความน่าสนใจสำเนียงภาษาพูดภาษาถิ่นของผู้คน						
3.	ความงดงามและความน่าสนใจในการแต่งกายของผู้คนที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธ์						
4.	ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน						
5.	ความงดงาม คุณค่าและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด						
6.	ความน่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว						
7.	ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพรรณไม้พื้นเมือง						
8.	ความงดงามและความคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน						
9.	วัฒนาการ คุณค่า และความน่าสนใจ ของอาหารท้องถิ่น						
10.	ความงดงามและความน่าสนใจของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น						

ขอคุณทึกรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม
คณะกรรมการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

วันที่.....เดือน..... พ.ศ....2550.....

ลงชื่อ..... ผู้บันทึก

Questionnaire

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

Directions: This questionnaire is devided into 2 sections:

Section 1 : Question concerning the status informants.

Section 2 : Question concerning the authetic 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 | <input type="checkbox"/> male | <input type="checkbox"/> female | |
| 2. Age | <input type="checkbox"/> under 20 years | <input type="checkbox"/> 20-30 | <input type="checkbox"/> 30-40 |
| | <input type="checkbox"/> 40-50 | <input type="checkbox"/> 50-60 | <input type="checkbox"/> 60-70 |
| | <input type="checkbox"/> over 70 years | | |
| 3. Nationality | <input type="checkbox"/> Thai | <input type="checkbox"/> others (please specify)..... | |
| 4. Education | <input type="checkbox"/> diploma | <input type="checkbox"/> bachelor's degree | |
| | <input type="checkbox"/> graduate | | |
| 5. Occupation | <input type="checkbox"/> government officer | <input type="checkbox"/> agriculturist | |
| | <input type="checkbox"/> hireling | <input type="checkbox"/> your own business | |
| 6. Income | <input type="checkbox"/> less than 10,000 ₧ | /month | <input type="checkbox"/> 10,000 – 30,000 ₧ / month |
| | <input type="checkbox"/> more than 30,000 ₧/month | | |

7. Tour experience in the Lower Northeastern Region of Thailand

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> first time | <input type="checkbox"/> two times |
| <input type="checkbox"/> more than two times | |

8. Tour information acquirement in the Lower Northeastern Region of Thailand

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> most | <input type="checkbox"/> moderate |
| <input type="checkbox"/> least | <input type="checkbox"/> none |

9. The use of information sources to learn the authetic of tourism from the province identity in the Lower North-Eastern Region

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> most | <input type="checkbox"/> moderate |
| <input type="checkbox"/> least | <input type="checkbox"/> none |

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

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

Basic Assumption : The researchers set the authetic 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 interesting.

No.	The Authetic 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 Authetic 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 คณะนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรัมย์ ได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานประสานงานการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย(สกว.) ในโครงการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ และโครงการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ คณะนักวิจัยทั้ง 2 โครงการได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยมาระยะหนึ่งและกำลังเข้าสู่ระยะสุดท้ายที่มีกิจกรรมการนำเสนอผลจากข้อมูลในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 มาว่ามีประชุมกับผู้ใช้งานวิจัยและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อร่วมความคิดในการหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้จัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานกัมมนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานเทศบาลเมือง และสำนักงานผังเมืองจังหวัด ล้วนแล้วแต่เป็นภาคีที่มีส่วนต่อการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ความคิดเห็นของผู้ที่รับผิดชอบในหน่วยงานดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ดังนั้นคณะนักวิจัยโครงการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และโครงการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จึงจัดประชุมสัมมนาภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางจัดการเรื่องการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

เป้าหมาย

แนวทางการจัดการเรื่องการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และแนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการจัดการเรื่องการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสาน ให้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
2. เพื่อแนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้

กิจกรรมการดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูลงานวิจัยในระยะที่ 1
2. ทำโครงการสัมมนา เรื่อง แนวทางจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนของกลุ่มจังหวัด อีสานได้
3. จัดเวทีสัมมนาเพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ใน ประเด็นเรื่อง
 - 3.1 การศึกษากระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ โดยใช้ระบบ สารสนเทศภูมิศาสตร์
 - 3.2 การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานได้
4. รวบรวมข้อคิดเห็นที่จากการสัมมนา เพื่อใช้เขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการจัดการเกี่ยวกับ การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสาน ให้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
2. ได้แนวทางการจัดการเกี่ยวกับ การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานได้

ระยะเวลาการดำเนินงาน

กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2550

แหล่งงบประมาณ

งบประมาณจากโครงการวิจัยเรื่องการศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอีสาน ได้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และเรื่องการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การ ท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานได้

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 ภู่เงิน

09.30 - 10.00 นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 เรื่อง การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

10.00 - 10.30 นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 เรื่องการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

10.30 - 10.45 พักรับประทานอาหารว่าง

10.45 - 12.00 แบ่งกลุ่มสัมมนาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในประเทศไทย

1. การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

2. การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

12.00 - 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน

13.00 - 14.30 สัมมนาภาคลุ่ม (ต่อ)

14.30 - 14.45 พักรับประทานอาหารว่าง

14.45 - 16.30 รายงานผลการสัมมนาภาคลุ่มในประเทศไทย

1. แนวทางการจัดการการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

2. แนวทางการจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

16.30 ปิดการประชุม

ส่ง อ.จากรุณี ชัยโชคติอันนันต์ / อ.วีไลรัตน์ ยาทองไชย
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
 โทร 0 4461 1221
 โทรสาร 0 4461 2858

แบบตอบรับเข้าร่วมสัมมนา
 โครงการสัมมนา
 การหาแนวทางจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

- เข้าร่วมสัมมนาได้(โปรดกรอกรายละเอียด)
 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...

รายงานผู้สัมภาษณ์ความเป็นอัตลักษณกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยภูมิ
2. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา
3. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
4. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์
5. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ
6. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
7. คุณ滥วย หวานนุรักษ์ ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ
8. คุณชื่น กังสิมา ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ
9. นางสาวกนกวนิษฐ์ สุวิยะรวม ภัณฑรักษ์ 5 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดอุบลราชธานี
10. นางสาววิภาดา ชัยเวชสกุล เจ้าของร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านหน้า จังหวัดอุบลราชธานี
11. นายปริวิทย์ ธรรมนัสสุนทร์ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา
12. ผศ.ดร.สรเชต วราคมพิชัย เจ้าของธุรกิจรูปสลักหินทราย
13. อาจารย์เทียนชัย ใหศิริกุล สถาปนิกและข้าราชการบำนาญ อธิเตศึกษาธิการจังหวัดสุรินทร์
14. อาจารย์วีรวุฒิ บุญมี ข้าราชการบำนาญ อธิเตศึกษาธิการจังหวัดสุรินทร์
15. อาจารย์รำเมศร์ พรมชาติ หัวหน้าโปรแกรมวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
16. รศ..ดร.สมมาตร เกิดผล คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
17. อาจารย์ไสว แก้วกอกคำ อาจารย์สาขาวชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาลึงทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- สังที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน วงศ.วิสุทธิ์ กิจณ์ไถวนิชกุล

เนื่องด้วยคณะกรรมการวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จาจุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะกรรมการนำเสนอเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของสุนทรียศาสตร์มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะกรรมการวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะกรรมการวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจาจุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

**ส่วนราชการ สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....**

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน ศ.ดร.สมมาарат ผลเกิด

เนื่องด้วยคณานักวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จากรุณี ชัยโชคอนันต์ นางสาวพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกอ.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณานักวิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของสุนทรียศาสตร์มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณานักวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณานักวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจากรุณี ชัยโชคอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาลึงทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- สังที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์เทียนชัย ให้ศรีกุล

เนื่องด้วยคณะกรรมการวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จาจูณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะกรรมการนำเสนอเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของสุนทรียศาสตร์มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะกรรมการวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะกรรมการวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจาจูณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาลึงทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- สังที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์อัญชลี เปลงวิทยา

เนื่องด้วยคณะกรรมการวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จาจูณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะกรรมการนำเสนอเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในเรื่องของสุนทรียศาสตร์มานานเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะกรรมการวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะกรรมการวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจาจูณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาลิงทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่.....

วันที่ 6 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- สังที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แบบตอบรับการตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ไสว แก้วกล้า

เนื่องด้วยคณะกรรมการวิจัยประกอบด้วยอาจารย์จาจุณี ชัยโชติอนันต์ นางสาวพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และนางสาวปิยะนันท์ สายยันต์ปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ัญญาเลขที่ RDG4950059 จากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกอ.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ คณะกรรมการเป็นที่เชื่อถือจากบุคคลในแวดวงวิชาการ และบุคคลทั่วไป คณะกรรมการวิจัยจึงขอเชิญท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม ทั้งเพื่อให้งานวิจัยโครงการ “การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ดังกล่าวมีคุณภาพที่เชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์และเผยแพร่ในโอกาสต่อไป เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการโดยรวม

ดังนั้นคณะกรรมการวิจัยจึงเรียนเชิญท่านมาเพื่อได้รับการอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม

(.....)

นางจาจุณี ชัยโชติอนันต์

หัวหน้าโครงการวิจัย

ภาคผนวก ง.

ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน

กิจกรรม

โครงการสัมมนา แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

30 มีนาคม 2550

ณ. ห้องประชุมศูนย์วิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์









ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูล
โครงการ การจัดการสุนทรีย์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้



ภาพที่ 1. สัมภาษณ์นักวิชาการด้านวัฒนธรรมที่จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 2 รับฟังการบริหารงานการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยว จาก การท่องเที่ยว
จังหวัดศรีสะเกษ



ภาพที่ 3. สมกาน์และรับฟังการบรรยายเรื่องอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าสุรินทร์



ภาพที่ 4. สมกาน์และรับฟังการบรรยายเรื่องอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้ากาบบัว
อุบลราชธานี



ภาพที่ 5. สัมภาษณ์และรับฟังการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดนราธิวาส



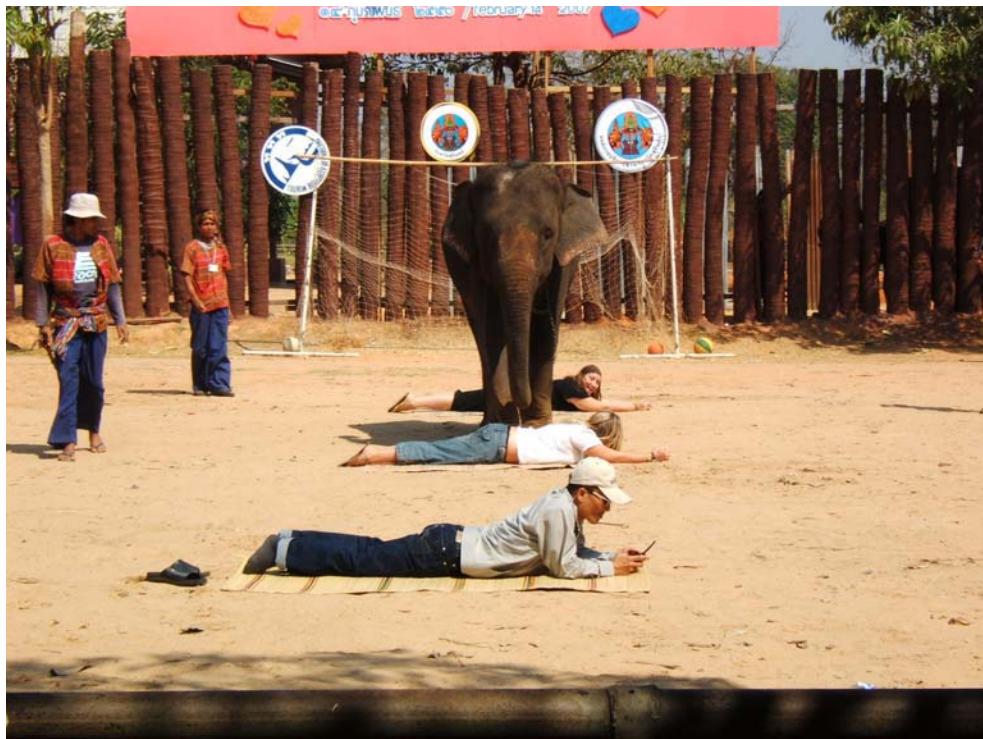
ภาพที่ 6. การรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1 ที่จังหวัดนราธิวาส



ภาพที่ 7. ภาพแสดงการเปิดตัวผ้า “ อันดูยเขียวมหายชមพู ” ผ้าที่เกิดจากการออกแบบให้สืบแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ เชื่อมโยงประวัติผ้าตามภูมิชาติพันธ์ และความงามของปราสาทหินพนมรุ้ง ของเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ เมื่อ วันที่ 31 มีนาคม 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. เพื่อศึกษาถ่ายทอดศาสตร์พิ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

2. กิจกรรมหลักที่ทำตาม Proposal

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

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

ภาคผนวก ฉ
ประวัติคณานักวิจัย

ประวัติคณานักวิจัย

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ จาเรนี สาล ชัยโชคอนันต์

ที่อยู่ 334/9 ถนนจรัส 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. ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบทั่วไป มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รามคำแหง (เลือกการพัฒนาหัดถกกรรมสิ่งทอพื้นบ้าน)
2. การศึกษาบัณฑิต สาขาวิชาระบบศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
3. ปรัชญาด้านธรรมชาติ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (เลือกผ้าและเครื่องแต่งกาย)

การทำงาน

1. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ ระดับ 7 สาขาวิชาสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. 2549 ออกแบบลาย “ผ้าอันดูยเชี่ยมทรายชุมพู” เพื่อเป็นผ้าประจำจังหวัดสำหรับเทศบาลเมืองบุรีรัมย์
3. 2549 ออกแบบลาย “ผ้าผักกุด” เพื่อแสดงเอกลักษณ์ชุมชนโคกเมืองและปราสาทเมืองตាสำหรับชุมชนโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
4. 2548 ออกแบบลาย “ผ้าขาวม้ายกขิด” เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของชาวไทย-เขมร บุรีรัมย์ และจังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับคณะกรรมการสหพันธ์วิชาชีพไทย-เขมร ที่จังหวัดบุรีรัมย์
5. เป็นวิทยากรอบรมเรื่อง การออกแบบและพัฒนาระบวนการผลิตผ้าพื้นเมืองให้แก่กลุ่มสตรีทอผ้าของหน่วยงาน พัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่ม

ปฏิรูปที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ศูนย์พัฒนาฝึกอบรมจังหวัดบุรีรัมย์ กระทรวง
แรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นต้น ตั้งแต่ปี 2539 – ปัจจุบัน

6. ผ่านการอบรมหลักสูตรการควบคุมคุณภาพผ้า โดยสมาคมเครื่องนุ่งห่มไทย เป็น
เวลา 1 เดือน ปี 2538

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

8. เป็นอาจารย์ประจำไปร่วมคณะกรรมการศาสตร์ สอนในรายวิชาออกแบบเสื้อผ้าและเครื่อง
แต่งกาย, การสร้างและการแยกแบบ, ตัดเย็บเสื้อผ้า ฯลฯ ในสาขาผ้าและเครื่องแต่งกาย
วิทยาลัยครุภัณฑ์ 2519 - ปัจจุบัน

เอกสารและบทความ

1. บทความเรื่อง “เทคโนโลยีการหอผ้าภูมิปัญญาที่ยังคง” ปี 2542 วารสาร
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์
2. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การหอผ้าพื้นเมืองลายพื้นฐาน”
3. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การหอผ้าพื้นเมืองลายพิเศษ”
4. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ”
5. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การสัมมนาสิ่งทอ”
6. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การออกแบบจัดแสดงผลิตภัณฑ์สิ่งทอ”
7. เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “การพัฒนาหัตถกรรมผ้าพื้นบ้าน”
8. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอก”
9. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง”
10. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง “การฟอกย้อมใหม่ด้วยสี ธรรมชาติ และ
สีสังเคราะห์”
11. ได้รับเกียรติพิมพ์บทสัมภาษณ์ เรื่อง “การเลือกผ้าใหม่บุรีรัมย์ ตามเอกลักษณ์ของ
ชนเผ่า ” และ “ผ้าใหม่(หางกระรอก)บ้านสนวน” ในหนังสือ ทรวดทรงแอนสปอร์ต ฉบับเดือน
กุมภาพันธ์ 2547
12. เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การพัฒนาผ้าใบwan ไทยเขมร (โอล, สมอ,
อันดูนเชียง) ปี 2548
13. เอกสารการอบรมเรื่องการฟอกย้อมผ้าย้อมและเรยอนด้วยสีรีเอคทีฟ ปี 2549

14. เอกสารการอบรมเรื่องการออกแบบผ้ามัดหมายประยุกต์ (น้ำไหล และสายฝน)
ปี 2549

การทำนวัตกรรม

1. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอก ตำบลสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้รับทุนจาก สกอ. ปี 2547
2. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอาชีพเสริม กลุ่มน้ำตกบ้านโคกเมือง ตำบลจะระเข้ามาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ทุน สกอ. ปี 2548
3. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ้าพื้นบ้านอำเภอกระสัง : กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าวัดบ้านกระโนนไม้แดง ทุนสกอ. ปี 2548
4. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเกี๊ตติ์ตั้งต่อสำหรับออกแบบลายผ้า ทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปี 2549
5. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทุน สกอ. ปี 2549
6. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเครื่องตีเกลียวเส้นใหม่ ทุน สกอ. (IRPUS) ปี 2550
7. หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาใหม่คุณใหม่ ทุน สกอ. (IRPUS) ปี 2550

นักวิจัย

ชื่อ	นางสาวปิยะนันท์	สกุล	สายณห์ปทุม
ที่อยู่	439/71 ถ.จิระ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000		
โทรศัพท์สำนักงาน	0 4461 1221 ต่อ 129	โทรศัพท์	0 4461 2858
โทรศัพท์มือถือ	089 6282735	Email	j1081009 @ hotmail.Com
หน่วยงานสังกัด	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม		
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8		
ประวัติการศึกษา			

- คบ.อุตสาหกรรมศิลป์ (ก่อสร้าง,ศิลปหัตกรรม)วิทยาลัยครุพัฒน์

- กศม.อุตสาหกรรมศึกษา มศว.ประสานมิตร

ประวัติการทำงาน

- 24 มกราคม 2528 - ปัจจุบัน อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชา เทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สิงหาคม 2546 – ตุลาคม 2548 หัวหน้างานบริหารงานทั่วไปศูนย์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- 1 ตุลาคม 2548 – 30 กันยายน 2550 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- วิทยากรงานหัดดกรุมห้องถินจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – ปัจจุบัน

ผลงานวิจัยที่ผ่านมา

การสร้างกระบวนการทำการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเสริมสร้างนิสัยรักการอ่านและการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิตกรานีศึกษา : ชุมชนบ้านยาง ตำบลบ้านยาง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ การติดตามผลบันทึกคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม รุ่นปีการศึกษา 2547 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถินผ้าใหม่ทางกรรอก : กรณีศึกษาผ้าใหม่ทางกรรอก ตำบลสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อ	ราพีพรรณ	สกุล	พงษ์อินทร์วงศ์
ที่อยู่	439/93 ถ.จิระ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์	31000	
โทรศัพท์สำนักงาน	0 4461 1221 ต่อ 120		
โทรศัพท์มือถือ	086 871 7273		
โทรศัพท์	0 4461 2858		
Email	rapeepan_ribr@ hotmail.Com		
หน่วยงานสังกัด	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์ ตำแหน่ง อาจารย์		
ระดับ	7		

การศึกษา	ศิลปศาสตร์บัณฑิต (การจัดการโรงเรียน)มหาวิทยาลัยรังสิต นิเทศศาสตร์บัณฑิต (ประชาสัมพันธ์)มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
การทำงาน	ผู้จัดการฝึกหัด บริษัทนารา扬น์พิชเชอเรีย สาขา ลาดพร้าว อาเจรย์ ระดับ 7 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
งานวิจัย	1. วิจัยร่วม เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนสมุนไพรบ้านระกาใต้ อ.กระสัง จ.บุรีรัมย์ 2. วิจัยร่วม หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์