



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

การยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขต
อีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

(The Enhancement of Potential, Value, and Worth of Local
Wisdom in Lower Northeast of Thailand for Tourism Promotion)

โดย พัทธี ธานี และคณะ

มิถุนายน 2558

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชาติ คือ แผนยุทธศาสตร์การวิจัย การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2554-2555) ซึ่งได้มีการจัดลำดับความสำคัญของวาระแห่งชาติด้าน การวิจัยการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ได้สะท้อนภาพความสำคัญอย่างชัดเจนของ “การกำหนดและขับเคลื่อนเชิงนโยบายการท่องเที่ยวบนฐานความรู้” ในการส่งผลสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนา “การท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์” บนฐานความเชื่อที่ว่า หากผลการวิจัยสามารถนำไปสู่การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างใหญ่หลวงต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชาติในอนาคต ดังนั้น องค์การที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสถาบันการศึกษาต่างๆ จึงได้สนับสนุน ส่งเสริมและกระตุ้นให้มีการทำงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติการด้าน การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาพบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากยังคงประสบปัญหาหลายด้าน เช่น การขาดความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้รวมทั้งกับประเทศเพื่อนบ้าน การขาดการประชาสัมพันธ์ การขาดการตลาดที่ดี การขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากรที่มีอยู่ขาดความรู้ความเชี่ยวชาญ การขาดความร่วมมือระหว่างภาคีต่างๆ ทางการท่องเที่ยว และการขาดการพัฒนาและการจัดการที่ดี ทั้งนี้ได้มีการเสนอแผนการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ว่าต้องมุ่งเน้น การพัฒนาและการจัดการของจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด โดยที่มีประเด็นย่อยที่ต้องพิจารณา ได้แก่ การจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดการสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว การพัฒนาและการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การจัดการด้านความปลอดภัยทาง การท่องเที่ยว รวมไปถึงกระบวนการวางแผน พัฒนาการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชน การจัดการพื้นที่ตามวัตถุประสงค์ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล/ศูนย์รวมข้อมูลทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังต้องมีการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งต้องมีการใช้ยุทธศาสตร์การพึ่งพาทางการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

เช่น สปป.ลาว กัมพูชาและเวียดนาม เพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2553)

คณะผู้วิจัยจึงเห็นสมควรเสนอโครงการวิจัยนี้ขึ้น เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดในเขตอีสานใต้ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ตลอดจนนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองนโยบายยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ในด้านการวิจัยเพื่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเชื่อว่า กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่จะช่วยพัฒนา ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของชุมชน อีกทั้งช่วยในการวิเคราะห์ ค้นหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง คือ ช่วยในการสำรวจและวิเคราะห์แนวทางการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายได้ที่เป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ การสร้างและยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งจะทำให้ชุมชนทั้งชาวบ้าน ธุรกิจเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นคุณค่าของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี อีกทั้งยังเกิดความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมบริหารจัดการและอนุรักษ์ภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นมรดกแก่เด็กและเยาวชนรุ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการให้สามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น ตลอดจนยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตหัตถกรรมและประเพณีเป็นแนวทางในการอธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากในภูมิภาคอีสานใต้ นั้นภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นที่รู้จักและมีความหลากหลายโดดเด่นมากกว่าภูมิปัญญาด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัยจำนวน 5 จังหวัดได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดศรีสะเกษซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมิติด้านคุณค่า และมูลค่า นับตั้งแต่พัฒนาการ ทางภูมิปัญญาของพื้นที่วิจัยแต่ละแห่ง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนเลือกชมประเพณีที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาภูมิปัญญาด้านการผลิต ภูมิปัญญาด้านประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา เมื่อผ่านระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การประเมินผลจากนักท่องเที่ยวทดลองตลอดจนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตแบบไม่ส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย จะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต รวมถึงการสร้างคุณค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นได้การสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ลงในผลิตภัณฑ์ การตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การสร้างความเป็นต้นตำรับ (Authenticity) การมีรูปลักษณ์ร่วมสมัย และการสร้างมูลค่าเพิ่มประกอบด้วยการยกระดับสู่การเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก การพัฒนาสู่สินค้า OTOP การคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ตลอดจน การลดต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นต้นข้อมูลที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาและจัดการทุนมนุษย์อันประกอบด้วย การสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต ที่ ด้านการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านการธำรงรักษา และจัดการทุนทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะภูมิปัญญา ศาสนา ความเชื่อ และประเพณี ที่สัมพันธ์กับคุณค่าและมูลค่าในหลายระดับนับตั้งแต่ ระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ที่จะสามารถปรับใช้กับการท่องเที่ยวที่มาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัยประกอบด้วย 5 พื้นที่หลัก (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี/ งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์/ งานหัตถกรรม

เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน/ งานประเพณีแซนโถงตา ชูชันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ/ และงานประเพณีบุญคุณลาน ลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ) ขอบเขตด้านประชากรประกอบด้วยสมาชิกในพื้นที่ทั้ง 5 พื้นที่ แบ่งออกเป็น คนในชุมชน (ผู้นำชุมชน/ กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย/ กลุ่มชาวบ้านทั่วไป) ส่วนคนนอกชุมชน (หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน/ องค์กรพัฒนาเอกชน/ ธุรกิจเอกชน/ และนักท่องเที่ยว)

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยจำแนกข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกคือ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่การศึกษาทั้ง 5 แห่ง เฉลี่ยแต่ละ 120 คน (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ /งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา/ งานประเพณีแซนโถงตา อำเภอลืออำนาจ จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ) เพื่อสะท้อนความพึงพอใจในศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนที่สองคือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และมีส่วนร่วม โดยดำเนินการร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิต การพัฒนา และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 พื้นที่ ได้แก่ ประชาชนชุมชน สมาชิกในชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาททางการท่องเที่ยว หน่วยงานภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกนำไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปรับใช้เพื่อยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง อย่างเป็นรูปธรรม คนในชุมชนสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง อันเป็นการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ให้แก่คนในชุมชน ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของสังคม (Social Movement) สู่การกำหนดพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชาติในอนาคต นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเกิดจิตสำนึกต่อการเคารพของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในฐานะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญจากการเข้าถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีรากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง

ผลที่ได้จากการศึกษา

1.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน5 พื้นที่ศึกษา (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา งานประเพณีแซนโฎนตา อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีบุญคูณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ)

1.1 งานหัตถกรรมทองเหลืองส่วนใหญ่คือ เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 19.4โดยมีอายุระหว่างอายุ 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.1 และอายุ 26 – 32 ปี คิดเป็นร้อยละ3.7 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 2.8 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ รายได้อยู่ที่ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 5.6 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ ครั้งที่2 คิดเป็นร้อยละ 3.7 และ ครั้งที่3 คิดเป็นร้อยละ 1.9 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลของบ้านปะอาวจากบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 8.3 วัตถุประสงค์ในการมาส่วนใหญ่เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ ตามโปรแกรมนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 และเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับส่วนใหญ่มาโดยรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ46.3 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ17.6 การเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ61.1 รองลงมาคือมากับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ20.4 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ15.7 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ81.0 รองลงมาคือการเยี่ยมชมโรงผลิตบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ4.5 ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะอยู่ที่ผลิตภัณฑ์

งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

1.2 งานหัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.6 และอายุ 26 – 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.9 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.2 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.7 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17 มีรายระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 13.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ มาครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 19.6 และรู้จักผ้าไหม บ้านท่าสว่างจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 5.6 วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือเพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 41.1 และ ตามโปรแกรมรายการนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเดินทางมาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาคือรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 34.6 และรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.4 และมาผู้เดียว คิดเป็นร้อยละ 2.8 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง) คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย) คิดเป็นร้อยละ 18.7 และการเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหมคิดเป็นร้อยละ 4.5 ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวจะอยู่ที่ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทอผ้าไหม ณ บ้านท่าสว่าง คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 22.4 และค่าใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรตุเกส) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

1.3 งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น

ร้อยละ 53.7 มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีอายุระหว่าง 40-46 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.2 และอายุ 26 – 32 ปีคิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ การศึกษาระดับอนุปริญา คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.2 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.5 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา คือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.4 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 18.5 มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 มีภูมิลำเนา อยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ จังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 13.0 ส่วนใหญ่เดินทางมาทุกปี คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ มาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 12.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบ้านด่านเกวียนจากคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 วัตถุประสงค์ของผู้ ที่มาเที่ยวชมงานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือ ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาคือ ศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ เพื่อพักผ่อน คิด เป็นร้อยละ 9.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมา คือรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 13.1 และรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับตารางที่ 39 และเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมากับบริษัทนำเที่ยวอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.9 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ดิน เผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย) คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของ ที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท) คิดเป็นร้อยละ 15.3 และการเยี่ยมชมโรงงานผลิตงานหัตถกรรม ปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายหลักในด้านผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบ ต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย) คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท) คิดเป็นร้อยละ 13.9 และค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็นร้อยละ 6.5

1.4 งานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60 มากกว่า เพศชาย ที่คิดเป็นร้อยละ 40 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือต่ำกว่า

20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.7 และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ จังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยมาร่วมงานนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ มาครั้งที่สอง และมามากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ มาเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 14.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักงานประเพณีนี้จากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ โปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 15.9 วัตถุประสงค์ที่มาร่วมงานประเพณีแซนโฌนตา คือเพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 28.1 พาหนะที่เดินทางมาส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ และเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ ขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาคือ ขบวนเช่นไหว้บรรพบุรุษ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายหลักของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

1.5 งานประเพณีบุญคุณลาน เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59.2 มากกว่าเพศชาย

ที่คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 31.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8

และ 10,001 – 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอำนาจเจริญ คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และจังหวัดยโสธร คิดเป็นร้อยละ 10.8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางชมงานประเพณีนี้มากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ

60.8 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 13.3 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักงานประเพณีนี้จากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยมาเพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 25.8 พาหนะที่ใช้คือรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือมาโดยรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 21.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.2 โดยมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน กิจกรรมสู่ขวัญข้าว คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออำนาจ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และกิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และค่าใช้จ่ายหลักของนักท่องเที่ยวคือค่าพาหนะ(น้ำมันเชื้อเพลิง) คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ ค่าอาหาร 22.5 คิดเป็นร้อยละ และค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ

สรุป ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนเกี่ยวกับศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรมทั้ง 3 พื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียนในระดับมากที่สุดทั้งในด้านศักยภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.33 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ 4.64 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ 4.37 รองลงมาคืองานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่างในระดับมากที่สุดด้านศักยภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.37 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.16 และงานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.19 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.58 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.98

สรุป ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนเกี่ยวกับศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานงานประเพณี ใน 2 พื้นที่ โดยศักยภาพ และคุณค่าของงานประเพณีแซนโหม่งตา อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.62 แต่มูลค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนงานประเพณีงานประเพณีบุญคุณลาน ศักยภาพ

และมูลค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.20 และ 4.๐3 ส่วนคุณค่าของผลิตภัณฑ์จะอยู่ที่ระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.50

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1 การส่งเสริมและยกระดับอาชีพการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเสริมแรงในการประกอบอาชีพ

-การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ เช่น การมอบรางวัลเชิดชูเกียรติ การเป็นวิทยากรแก่หน่วยงาน หรือสถาบันการศึกษา การประกวดช่างฝีมือภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทต่างๆ เป็นต้น

-การสร้างผู้สืบทอด และการขยายจำนวนสมาชิกในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่น เช่น การสนับสนุนให้มีพื้นที่แสดงออกของเยาวชนในการมีส่วนร่วมนำเสนอมรดกทางภูมิปัญญาของชุมชนให้คนทั่วไปได้รู้จัก เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจและตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญาดังกล่าว

-ภาคีที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ควรมีส่วนร่วม และบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เช่น การพัฒนาทักษะ ความรู้ด้านต่างๆ ที่ทันสมัยเพื่อให้สมาชิกในชุมชนนำไปพัฒนาต่อยอดการผลิตผลงานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2. การยกระดับคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์โดยการบริหารจัดการตามแนวคิด

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นโดยอาจมีการเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนใกล้เคียงแล้วสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยว หรือหนังสือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (ในระบบสองภาษา)

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีใช่เพียงการออกบูธตามงานแสดงสินค้าเท่านั้น

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพาสมาชิกศึกษาดูงานระหว่างพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลประสบการณ์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน

-ภาครัฐควรมีนโยบายให้การสนับสนุนและส่งเสริมงานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการผลิต และด้านการตลาด เนื่องจากงานภูมิปัญญาท้องถิ่นต้องอาศัยเวลาและความอดทนหากนโยบายการพัฒนาเป็นเพียงระยะสั้นจะไม่ส่งผลต่อการพัฒนาการบริหารจัดการภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน

3. การจัดการองค์ความรู้ และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

-ควรมีรายวิชาที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นบรรจุไว้ในหลักสูตรสำหรับนักเรียน นักศึกษา เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญาในท้องถิ่นของตนเอง โดยผ่านการเรียนการสอน การฝึกปฏิบัติ และการทำวิจัย เพื่อให้แก่นักเรียนนักศึกษาเหล่านั้นได้มาเรียนรู้ในสถานที่จริง หรือมีการฝึกงานในสถานที่จริง เพื่อเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาโดยตรงซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบไป

-ควรมีการพัฒนาศูนย์การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต (Living Museum) เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาในท้องถิ่น และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

- การขึ้นทะเบียนหรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อป้องกันปัญหาการลอกเลียนแบบ

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5550039

ชื่อโครงการ : การยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชื่อนักวิจัย : พชรี ธานี, สมศรี ชัยวานิชยา, กิติพร โชประการ,
บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข

Email Address : pachey_t@hotmail.com, somsri.chaiwanichaya@hotmail.com
choprakarnk@hotmail.com, kwan224@hotmail.com,

ระยะเวลาโครงการ : 15 มิถุนายน 2555 ถึงวันที่ 14 มิถุนายน 2556

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการให้สามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น ตลอดจนยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยจำแนกข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกคือ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่การศึกษาทั้ง 5 แห่ง เฉลี่ยแห่งละ 120 คน (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา / งานประเพณีแซนโฎนตา อำเภอชุมพวง จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีบุญคูณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ) เพื่อสะท้อนความพึงพอใจในศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนที่สองคือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และมีส่วนร่วม โดยดำเนินการร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิต การพัฒนา และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 พื้นที่

ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน สมาชิกในชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาททางการท่องเที่ยว หน่วยงานภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกนำไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรมที่สะท้อนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดคือ งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา รองลงมาคืองานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ และงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี ที่สะท้อนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดคือ งานประเพณีแซนโฎนตา อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ รองลงมาคืองานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอสิรินธร จังหวัดอำนาจเจริญ สัมพันธ์กับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่างานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา และงานประเพณีแซนโฎนตา อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ สามารถยกระดับคุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์เองและชุมชนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ผู้วิจัยได้เสนอแผนกลยุทธ์การมีส่วนร่วมระหว่างภาคีและชุมชนในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมและงานประเพณีให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมและยกระดับอาชีพการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเสริมแรงในการประกอบอาชีพ และการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มาจากงานหัตถกรรมและงานประเพณีและเสริมสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

คำหลัก: ศักยภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว, การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว, การยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์, การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ABSTRACT

Project Code : RDG5550039

Project Title : The enhancement of the Potential, Value, and Worth of local wisdom in Lower Northeast of Thailand for Tourism Promotion

Investigators : Patcharee Thanee, Somsri Chaiwanichaya,
Kitiporn Choprakan, Boonyasarit Aneksuk

Email Address: pachey_t@hotmail.com, somsri.chaiwanichaya@hotmail.com
choprakarnk@hotmail.com, kwan224@hotmail.com,

Project Duration: June 15, 2012 to June 14, 2013

The aim of the research is to increase the potential of the local people to be able to develop and enhance value added tourism products which are related to local wisdom of lower northeast by themselves. There are various types of local products which are made to serve the tourist' needs. The value added local products are able to distribute the economic advantages to local people. In addition, the products' value is enhance to make the tourist and local people realize the importance of the local wisdom preservation, thus leading to the sustainable local wisdom.

The researchers have applied not only the quantitative research but also the qualitative research. Data was classified into two groups: firstly, data was collected by distributing 650 questionnaires to the tourists who visited 5 manufacturing areas of lower northeast including brass manufacturing area of Pa-Oa village, Ubon Ratchathani province, silk weaving manufacturing area of Tha Sawang village, Surin province, ceramic manufacturing area of Dan Kwean village, Nakorn Ratchasima province, Saen KhonTa Festival, Khukhon village, Si Sa Kaet province, and Boon Koon Lan festival, Luea Umnat, Umnatcharoern province . The purpose of collecting data was to search for the potential, value, and cost of tourism products from these five manufacturing areas of lower northeast. Secondly, data was collected by the in-depth interview, the brainstorming of specific group, and the observation both participation and non- participation. The target groups who were

related to the production, the development, the product promotion of visited 5 manufacturing areas of the Southern Esan were community scholars, community members, government sectors related to tourism, private sectors, and local administrative sector. Data was collected and analyzed by means of SWOT Analysis

The results were found that the potential of manufacturing tourism products responded the tourists' satisfactions in various ways including the potential, value, and cost. The most tourists' satisfaction was ceramic manufacturing area of Dan Kwean village, Nakorn Ratchasima province, whereas silk weaving manufacturing area of Tha Sawang village, Surin province and brass manufacturing area of Pa-Oa village, Ubon Ratchathani province were the second and the third consecutively. However, the results were found that the potential of festival tourism products responded the tourists' satisfactions in various ways including the potential, value, and cost. The most tourists' satisfaction was Saen KhonTa Festival, Khukhon village, Si Sa Kaet province, while Boon Koon Lan festival, Luea Umnat, Umnatcharoern province was the second. The results of the qualitative research indicated that both ceramic manufacturing area of Dan Kwean village, Nakorn Ratchasima as well as Saen KhonTa Festival, Khukhon village, Si Sa Kaet province were able to increase the cost and added value of the local products and their communities well.

According to the policy concerning the local wisdom administration for sustainable tourism, it is the important issue of economic development which is related to the economic and social development plan issue 11. It is suggested that the strategic plan of participating in cultural management, the strategic plan of promotion and human resources development in cultural management (local wisdom), and the strategic plan of promotion and marketing development for tourism products from manufacturing and festival tourism.

Key words: the potential of tourism products, the value added tourism products, the enhancement of value, the preservation of local wisdom

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ฐ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฅ
สารบัญ	ด
สารบัญตาราง	ถ
สารบัญแผนภูมิ	บ

บทที่1 บทนำ

หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
คำถามการวิจัย	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ขอบเขตของการวิจัย	8
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	15
แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่	15

บทที่2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนวรรณกรรม	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (บ้านปะอว)	48
ตารางที่2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (บ้านปะอว)	49
ตารางที่3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา (บ้านปะอว)	49
ตารางที่4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (บ้านปะอว)	49
ตารางที่5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ (บ้านปะอว)	50
ตารางที่6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา (บ้านปะอว)	50
ตารางที่7 ร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (บ้านปะอว)	51
ตารางที่8 ร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว (บ้านปะอว)	51
ตารางที่9 ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา (บ้านปะอว)	52
ตารางที่10 ร้อยละของพาหนะในการเดินทางมา (บ้านปะอว)	52
ตารางที่11 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานหัตถกรรมเครื่องทองเหลือง	53
ตารางที่12 ร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทองเหลือง	53
ตารางที่13 ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทองเหลือง	54
ตารางที่14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานหัตถกรรมทองเหลือง	55
ตารางที่15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (บ้านท่าสว่าง)	57
ตารางที่16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (บ้านท่าสว่าง)	57
ตารางที่17 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา (บ้านท่าสว่าง)	57
ตารางที่18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (บ้านท่าสว่าง)	58
ตารางที่19 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ (บ้านท่าสว่าง)	58
ตารางที่20 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา (บ้านท่าสว่าง)	59
ตารางที่21 ร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มา (บ้านท่าสว่าง)	59
ตารางที่22 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยม (บ้านท่าสว่าง)	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่23 ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชม (บ้านท่าสว่าง)	60
ตารางที่24 ร้อยละของพาหนะในการเดินทางมา (บ้านท่าสว่าง)	60
ตารางที่25 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง	61
ตารางที่26 ร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์บ้านท่าสว่าง	61
ตารางที่27 ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์บ้านท่าสว่าง	62
ตารางที่28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจงานหัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง	63
ตารางที่29 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (บ้านด่านเกวียน)	65
ตารางที่30 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (บ้านด่านเกวียน)	65
ตารางที่31 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา (บ้านด่านเกวียน)	66
ตารางที่32 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (บ้านด่านเกวียน)	66
ตารางที่33 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ (บ้านด่านเกวียน)	66
ตารางที่34 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา (บ้านด่านเกวียน)	67
ตารางที่35 ร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (บ้านด่านเกวียน)	68
ตารางที่36 ร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงาน (บ้านด่านเกวียน)	68
ตารางที่37 ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา (บ้านด่านเกวียน)	69
ตารางที่38 ร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงาน (บ้านด่านเกวียน)	69
ตารางที่39 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงาน (บ้านด่านเกวียน)	70
ตารางที่40 ร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	70
ตารางที่41 ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	71
ตารางที่42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่43 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (งานประเพณีแซนโฎนตา)	75
ตารางที่44 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (งานประเพณีแซนโฎนตา)	75
ตารางที่45 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา (งานประเพณีแซนโฎนตา)	75
ตารางที่46 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (งานประเพณีแซนโฎนตา)	76
ตารางที่47 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ (งานประเพณีแซนโฎนตา)	76
ตารางที่48 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา (งานประเพณีแซนโฎนตา)	77
ตารางที่49 ร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (งานประเพณีแซนโฎนตา)	77
ตารางที่50 ร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานประเพณีแซนโฎนตาของนักท่องเที่ยว	77
ตารางที่51 ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงาน(งานประเพณีแซนโฎนตา)	78
ตารางที่52 ร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงาน(งานประเพณีแซนโฎนตา)	78
ตารางที่53 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานประเพณีแซนโฎนตา	79
ตารางที่54 ร้อยละของความพึงพอใจใน งานประเพณีแซนโฎนตา	79
ตารางที่55 ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานประเพณีแซนโฎนตา	80
ตารางที่56 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานประเพณีแซนโฎนตา	81
ตารางที่57 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (งานประเพณีบุญคุณลาน)	83
ตารางที่58 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (งานประเพณีบุญคุณลาน)	83
ตารางที่59 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา (งานประเพณีบุญคุณลาน)	84
ตารางที่60 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (งานประเพณีบุญคุณลาน)	84
ตารางที่61 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ (งานประเพณีบุญคุณลาน)	85
ตารางที่62 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา (งานประเพณีบุญคุณลาน)	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่63 ร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว(งานประเพณีบุญคุณลาน)	86
ตารางที่64 ร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานบุญคุณลานของนักท่องเที่ยว	86
ตารางที่65 ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานประเพณีบุญคุณลาน ของนักท่องเที่ยว	87
ตารางที่66 ร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานบุญคุณลานของนักท่องเที่ยว	87
ตารางที่67 ร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานบุญคุณลาน	88
ตารางที่68 ร้อยละของความพึงพอใจในงานประเพณีบุญคุณลาน	88
ตารางที่69 ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานประเพณีบุญคุณลาน	89
ตารางที่ 70 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานประเพณีบุญคุณลาน	90
ตารางที่ 71 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรม	92
ตารางที่72 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี	93
ตารางที่73 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของแหล่งบ้านปะอว	94
ตารางที่74 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของบ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์	96
ตารางที่75 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	98
ตารางที่76 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์งานประเพณีแซนโฎนตา ชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ	100
ตารางที่77 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์งานประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ	102
ตารางที่ 78 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรม	103
ตารางที่ 79 การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT Analysis ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี	105

สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
แผนภูมิที่2	การวิเคราะห์ข้อมูล	13

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็น เลขานุการของ คณะกรรมการนโยบายแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเมื่อ พ.ศ. 2555-2559 ได้ระบุถึงจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยว่ามีหลายด้าน เช่น การที่รัฐบาลมีมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ โดยเน้นให้ ความสำคัญ ระหว่างการท่องเที่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีที่ตั้งทาง ภูมิศาสตร์ของประเทศที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคแอฟเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ เป็นประตูสู่ ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้ จุดแข็งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การมีจุดดึงดูดที่เป็นเอกลักษณ์และนวัตกรรมบริการที่ใหม่ๆ เช่น ภูมิปัญญาดั้งเดิมในแต่ละท้องถิ่น การให้บริการด้านสุขภาพ คือ การนวดแผนโบราณ สปาเสริมความ ความงาม และความแข็งแรงของ สุขภาพและร่างกาย ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและ น่าสนใจได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 21)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ในกลุ่ม อีสานได้ ตามการนิยามของ จิตานัน ท์ ติกุลและคณะ (2550) พบว่า มีครบถ้วนทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) สินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ประเพณี ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงศาสนา ดังที่กล่าวถึงข้างต้น
- 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนชาวบรู ที่หมู่บ้านท่าลี่ หรือกิจกรรมท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ บ้านชะฮอม ตำบลนาโพธิ์กลางจังหวัด อุบลราชธานี การเที่ยวชมหมู่บ้านทอผ้าไหมอำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ การท่องเที่ยวในเทศกาล งานช้างจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น
- 3) การบริการทางการท่องเที่ยว เช่น การจำหน่ายสินค้าของฝาก ของที่ระลึกที่มี ชื่อเสียงของแต่ละจังหวัด เช่น ผ้าไหมลายยกทองโบราณอันลือชื่อที่โด่งดังไปทั่วโลกของจังหวัด สุรินทร์ เครื่องปั้นดินเผา อำเภอด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวล้วนเป็น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีคุณค่า

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการสามารถจัดแบ่งตามประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังที่ จารุวรรณ ธรรมวัตร (2538) ได้จัดประเภทของภูมิปัญญาอีสานไว้ 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ภูมิปัญญาด้านการผลิต หมายถึง การดำเนินชีวิตด้วยการผลิตแบบพึ่งตนเอง เช่น การทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายลายซิด ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ รวมทั้งการทำสินค้าหัตถกรรม เช่น การสาน

ครุฑน้อย เกวียนน้อย ตะกร้า กระเป๋าจักสาน และการสานกระติบข้าว กระดิ่ง พวงกุญแจหรือ เขียนหมากทองเหลือง เป็นต้น

2) ภูมิปัญญาด้านประเพณี หมายถึง วิถีชีวิตของชาวบ้าน ประกอบด้วยประเพณี ส่วนตัว เช่น ประเพณีการสู่ขวัญ ประเพณีการแต่งงาน นอกจากนั้นยังมีประเพณีส่วนรวมที่เป็น กิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันทั้งชุมชน เช่น การสร้างวัด สร้างโบสถ์ เป็นต้น

3) ภูมิปัญญาด้านภาษา ซึ่งมีความหลากหลายแตกต่างไปตามชาติพันธุ์ เช่น ภาษาบรู ภาษาเขมร ภาษาไทยโคราช หรือภาษาผู้ไท เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด อีสานได้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากยังคงประสบปัญหาหลายด้าน เช่น การขาดความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานได้รวมทั้งกับประเทศเพื่อนบ้าน การขาดการประชาสัมพันธ์ การขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากรที่มีอยู่ขาดความรู้ความเชี่ยวชาญ การขาดความร่วมมือระหว่างภาคีต่างๆ ทางการท่องเที่ยว และการขาดการพัฒนาและการจัดการที่ดี ทั้งนี้ได้มีการเสนอแผนการจัดการและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานได้ว่า ต้องมุ่งเน้น การพัฒนาและการจัดการของ จังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด โดยที่มีประเด็นย่อยที่ต้องพิจารณา ได้แก่ การจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดการสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว การพัฒนาและการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การจัดการด้านความปลอดภัยทาง การท่องเที่ยว รวมไปถึงกระบวนการวางแผน พัฒนาการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานได้ การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชน การจัดการพื้นที่ตามวัตถุประสงค์ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล / ศูนย์รวมข้อมูลทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังต้องมีการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการจัดการความสามารถทางการรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งต้องมีการใช้ยุทธศาสตร์การพึ่งพาทางการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว กัมพูชาและเวียดนาม เพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่กลุ่มจังหวัดอีสานได้เพิ่มมากขึ้น (เทิดชาย ช้วยบำรุง, 2553)

ยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชาติ คือ แผนยุทธศาสตร์การวิจัย การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2554-2555) ซึ่งได้มีการจัดลำดับความสำคัญของวาระแห่งชาติด้าน การวิจัยการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ได้สะท้อนภาพความสำคัญอย่างชัดเจนของ “การกำหนดและขับเคลื่อนเชิงนโยบายการท่องเที่ยวบนฐานความรู้” ในการส่งผลสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนา “การท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์” บนฐานความเชื่อที่ว่า หากผลการวิจัยสามารถนำไปสู่การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างใหญ่หลวงต่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชาติในอนาคต ดังนั้น องค์การที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสถาบันการศึกษาต่างๆ จึงได้สนับสนุน ส่งเสริมและ

กระตุ้นให้มีการทำงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังตัวอย่างของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

งานวิจัยด้านภูมิปัญญาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีผู้สนใจศึกษา เช่น โครงการวิจัยภาคสนาม การคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย โดย ศูนย์คติชนวิทยา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550) และมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อสร้างกรอบความคิดการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย นอกจากนี้ยังมีวิทยานิพนธ์ของ ม.ร.ว. ภูมิรินทร์ วรวรรณ (2548) เรื่อง “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจอาบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทยเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ” ผลการวิจัยได้สะท้อนให้เห็นการบริหารจัดการภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ส่วนงานวิจัยที่กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น งานวิจัยของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2548) ในประเด็น “อุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ” ภายใต้โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้ มีงานวิจัยของ ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ที่ได้อธิบายการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการนำเอาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำหรับงานวิจัยที่กล่าวถึงการยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนับว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับงานวิจัยในเชิงมูลค่า เช่น วิทยานิพนธ์ของกฤติยา จักรสาร (2545) เรื่อง “การส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่คหบดีและนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว ” ซึ่งให้ความสำคัญกับ การหาแนวทางการส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่คหบดีและนักท่องเที่ยวตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และทศพล เดชะ (2553) ได้เสนองานปริญญานิพนธ์ประเด็น “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง ” ที่สะท้อนมิติการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าในประเด็นพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในเขตอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง

คณะผู้วิจัยจึงเห็นสมควรเสนอโครงการวิจัยนี้ขึ้น เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดในเขตอีสานใต้ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ตลอดจนนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองนโยบายยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ในด้านการวิจัยเพื่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเชื่อว่า กระบวนการมี

ส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่จะช่วยพัฒนา ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของชุมชน อีกทั้งช่วยในการวิเคราะห์ ค้นหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง คือ ช่วยในการสำรวจและวิเคราะห์แนวทางการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ส่งเสริม การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายได้ที่เป็นธรรม ให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ การสร้างและยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งจะทำให้ชุมชนทั้งชาวบ้าน ธุรกิจเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นคุณค่าของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี อีกทั้งยังเกิดภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมบริหาร จัดการและอนุรักษ์ภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นมรดกแก่เด็กและเยาวชนรุ่นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น

3) เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11

1.3 คำถามของการวิจัย

1) ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

2) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่นควรเป็นอย่างไร

3) การยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนควรเป็นอย่างไร

4) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ควรเป็นอย่างไร

1.4 นิยามคำศัพท์

1) การยกระดับ (Enhancement) หมายถึง การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในเชิง การจัดการทางวัฒนธรรม (ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อ ศาสนา) และเชิงการจัดการทางเศรษฐศาสตร์ (การตลาด การลดต้นทุนการผลิต การส่งออก)

2) ศักยภาพ (Potential) หมายถึง ความสามารถสูงสุด ดทางการแข่งขันที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งในลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา) และ งานประเพณี (ประเพณีแซนโถงตามอำเภอ ขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ / และงานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอ ลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ)

3) มูลค่า (Value) หมายถึง ผลลัพธ์เชิงรูปธรรมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึงการจัดการทางเศรษฐศาสตร์ (การตลาด การลดต้นทุนการผลิต การส่งออก)

4) **คุณค่า (Worth)** หมายถึง ผลลัพธ์เชิงนามธรรมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึงรวมถึงการจัดการทางวัฒนธรรม (ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อ ศาสนา)

5) **ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)** หมายถึง ความรู้ ทักษะ ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ที่ส่งต่อการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น (พิธีกรรม จารีตประเพณี ความเชื่อ และศาสนา งานศิลปหัตถกรรม) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่และมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเพื่อธำรงรักษาภูมิปัญญาดังกล่าวไว้ให้คงอยู่

6) **ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product)** หมายถึง สินค้าและบริการทาง การท่องเที่ยวในรูปแบบตัวผลิตภัณฑ์ (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา) และรูปแบบงานประเพณี (งานประเพณีแซนโฎนตา อำเภอ ชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ / และงานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ)

1.5 ผลที่ได้จากการวิจัย

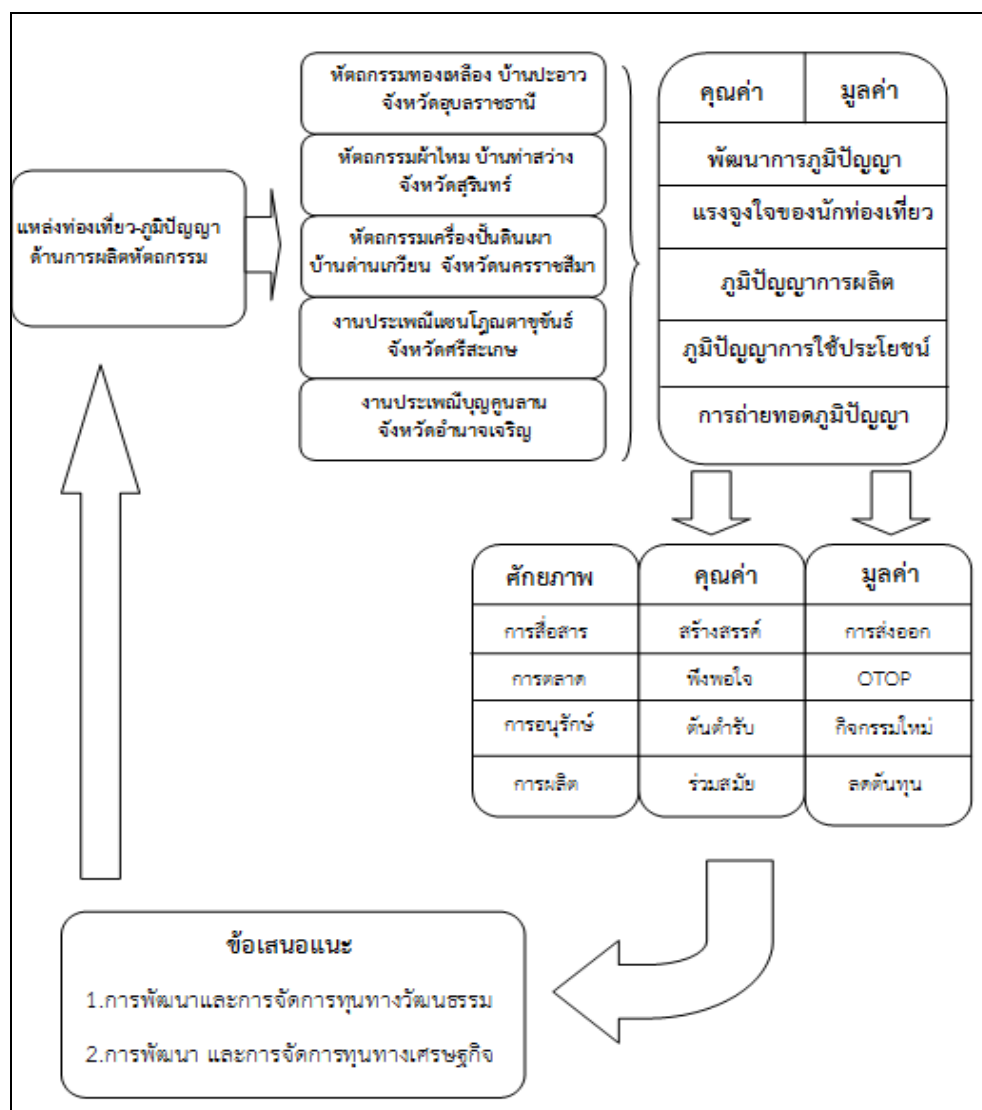
1) ทราบถึงการ เพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทาง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

2) ทราบถึงการ สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น

3) แนวทางยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4) เสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพประกอบที่ 1 ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตหัตถกรรมและ ประเพณีเป็นแนวทางในการอธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากในภูมิภาคอีสานได้นั้นภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นที่รู้จักและมีความหลากหลายโดดเด่นมากกว่าภูมิปัญญาด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัย จำนวน 5 จังหวัดได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมิติด้านคุณค่า และมูลค่า นับตั้งแต่พัฒนาการ ทางภูมิปัญญาของพื้นที่วิจัยแต่ละแห่ง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนเลือกชม

ประเพณีที่เชื่อมโยงภูมิปัญญา ภูมิปัญญาด้านการผลิต ภูมิปัญญาด้านประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา

เมื่อผ่านระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การประเมินผลจากนักท่องเที่ยว ทดลอง ตลอดจนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย จะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต รวมถึงการสร้างคุณค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นได้การสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ลงในผลิตภัณฑ์ การตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การสร้างความเป็นต้นตำรับ (Authenticity) การมีรูปลักษณ์ร่วมสมัย และการสร้างมูลค่าเพิ่มประกอบการยกระดับสู่การเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก การพัฒนาสู่สินค้า OTOP การคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ตลอดจน การลดต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อวิเคราะห์ TOWS Matrix อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาและจัดการทุนมนุษย์อันประกอบด้วย การสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต ที่ ด้านการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และ ด้านการธำรงรักษาและจัดการทุนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะภูมิปัญญา ศาสนา ความเชื่อ และประเพณี ที่สัมพันธ์กับคุณค่าและมูลค่าในหลายระดับนับตั้งแต่ ระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ที่จะสามารถปรับใช้กับการท่องเที่ยวที่มาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.7 ขอบเขตการวิจัย

1.7.1 การกำหนดพื้นที่การวิจัย

พื้นที่การวิจัยในครั้งนี้ได้แก่พื้นที่ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ โดยมีหลักเกณฑ์การเลือกพื้นที่ที่ใช้การอธิบายลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นของจารุวรรณ ธรรมวัตร (2538) ที่กล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน โดยผู้วิจัยคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตและประเพณี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวดังกล่าวมีลักษณะเป็นรูปธรรมและมีกิจกรรมตลอดจนการแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักจำนวนมากว่าแหล่งท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่นๆ ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาเทียบเคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวโดยคนในท้องถิ่นตลอดจนมีลักษณะเด่นของกิจกรรมหลักที่สอดคล้องกับคำอธิบายลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่นข้างต้นและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในอีสานใต้ จะได้พื้นที่วิจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : แสดงขอบเขตของพื้นที่วิจัย

แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิต		
ผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น	แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด
การทำเครื่องปั้นดินเผา	บ้านด่านเกวียน ต.ด่านเกวียน อ.โชคชัย	จังหวัดนครราชสีมา
การทอผ้าไหม	บ้านท่าสว่าง ต.ท่าสว่าง อ. เมือง	จังหวัดสุรินทร์
การทำเครื่องทองเหลือง	บ้านปะอาว ต. ปะอาว อ.เมือง	จังหวัดอุบลราชธานี
ประเพณีบุญคุณลาน	อ. ลืออำนาจ	จังหวัดอำนาจเจริญ
ประเพณีแซนโฎนตา	อ. ขุขันธ์	จังหวัดศรีสะเกษ

1.7.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ควบคู่ไปกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ดังต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งเป็นการวิจัย ค้นคว้า ตลอดจนหาความรู้ที่มีวัตถุประสงค์ที่การแก้ปัญหาในการพัฒนา อีกทั้งยังเป็นการวิจัยที่ดำเนินไปด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ร่วมงาน รวมทั้งในกระบวนการวิจัย และในการมีหุ้นส่วนใช้ประโยชน์ของการวิจัย (กมล สุตประเสริฐ , 2540 และ สุภางค์ จันทวานิช, 2547)

โดยนัยนี้ผู้วิจัยจะมีการดำเนินการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกำหนดปัญหาด้านศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มารากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมดำเนินการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ ตลอดจนร่วมต้อนรับนักท่องเที่ยวทดลองซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการวิจัยเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อไป

2) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพประกอบการวิจัยในครั้งนี้ด้วย ได้แก่

2.1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไป ในพื้นที่เพื่อสังเกต คนในชุมชนและทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อค้นหาหาด้านศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มารากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่วิจัยที่ไม่สามารถเปิดเผยได้จากการสัมภาษณ์ เช่น ความขัดแย้งในชุมชน หรือทัศนคติทางลบต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้คนในชุมชนและคนนอกชุมชนในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) บอกเล่าข้อมูลต่างๆ ตามแนวคำถาม เช่น

2.2.1) คนในชุมชน

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของชุมชนมีอะไรบ้าง
2. ในชุมชนของท่านใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอะไรบ้างเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว
3. ปัญหาของท่านต่อการสร้างหรือพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวคืออะไร
4. ท่านคิดว่า จะมีวิธีการใดบ้างเพื่อแก้ไขปัญหาการสร้างหรือพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว
5. ท่านต้องการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า หรือคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง และด้วยวิธีการใด

2.2.2) คนนอกชุมชน

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อการ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้หรือไม่ อย่างไร
3. คนในชุมชนควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนโดยใช้รากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและนักท่องเที่ยวมากที่สุด
4. คนในชุมชนควรนำเสนอเรื่องราว (Story) ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไร เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและนักท่องเที่ยวมากที่สุด
5. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน สามารถทำให้ท่านตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างไรบ้าง

3) ผู้วิจัยจะมีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อรับฟังความเห็นของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน ในประเด็นการร่วมกำหนดปัญหาด้านศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มารากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจน ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้รับจากผลการวิจัย

4) ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งจะถูกใช้เพื่อให้สามารถทราบถึงข้อมูลชีวิตได้ของศักยภาพในการผลิตงาน

หัตถกรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดอุบลราชธานีในประเด็นแรงจูงใจที่มาเยี่ยมชมสถานที่

1.7.3 การทดสอบเครื่องในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคำถามที่สร้างขึ้นนำไปให้นักวิชาการพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปการสัมภาษณ์เชิงลึก

1.7.4 ประชากรในการวิจัย

กลุ่มประชากรในการศึกษาจะจำแนกตามรูปแบบและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาซึ่งประกอบด้วยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คนในชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ชุมชน รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) หน่วยงานรัฐเอกชน และนักท่องเที่ยวทดลองใน 5 ชุมชน โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1. คนในชุมชน ประกอบด้วย

1) ผู้นำชุมชน ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ชุมชนละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน โครงสร้างชุมชน กลุ่มภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ตลอดจนแนวทางในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย ชุมชนละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เพื่อทำหน้าที่ร่วมวางแผน การวิจัยในชุมชน ร่วมสำรวจ ร่วมวิเคราะห์ และร่วมเสนอแนวทางการยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้การคัดเลือกกลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย จะใช้วิธีอาสาสมัครจากผู้สนใจโดยไม่จำกัดเพศ การศึกษา และอายุ

3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไปจำนวนไม่เกินชุมชนละ 6 คน ในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. คนนอกชุมชน ประกอบด้วย

1) หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ไม่เกินชุมชนละ 5 หน่วยงาน

2) องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน ไม่เกินชุมชนละ 3 องค์กร

3) ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่พัก และคมนาคมขนส่ง ไม่เกินชุมชนละ 3 ธุรกิจ

4) นักท่องเที่ยวทดลอง ในฐานะผู้ใช้บริการผลิ ตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ชุมชนละ 6 คน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้กำหนดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทั้งช่วงอายุ การศึกษา เพศ และอาชีพ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณค่า ผลิ ตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น นักเรียน นักศึกษา นักธุรกิจ ข้าราชการ นักวิชาการ ฯลฯ

5) นักท่องเที่ยวจริง ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนสถิ ตินักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัด อำนาจเจริญ และจังหวัด ศรีสะเกษในช่วงปี 2554 แล้วนำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan จังหวัดละ 200 คน จำนวน 3 จังหวัด โดยการสุ่ม ตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว มาเที่ยวชมทั้งหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน จังหวัด นครราชสีมา หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ และบ้านปะอาวหัตถกรรมทองเหลือง โดย จะเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม เป็นเวลา 3 เดือน

แบบสอบถามจะถูกใช้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ชี้วัดได้ของศักยภาพในการผลิตงาน หัตถกรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดอุบลราชธานีในประเด็นแรงจูงใจที่มาเยี่ยมชม สถานที่ โดยรูปแบบของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยเลือกใช้นั้นจะคำนึงถึงลักษณะของข้อมูล การ วิเคราะห์ข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 แบบ ดังนี้

แบบคำถามเปิด Open Ended Question เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถ แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลในส่วนของคุณลักษณะ

แบบคำถามปิด Close Ended Question โดยผู้วิจัยได้พิจารณาถึงขอบเขตคำตอบที่ ต้องการ ซึ่งคำตอบที่กำหนดขึ้นนั้นจะได้มาโดยผ่านการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยจะส่ง ชุดแบบสอบถามให้แก่กลุ่มเป้าหมายอ่านและตอบคำถามด้วยตนเอง

1.7.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนา วิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตลอดจนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยมีความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนแนวคิดในการวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถจำแนกผลการวิจัยให้ ตรงตามที่วัตถุประสงค์ของการวิจัยกำหนด

2. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ได้แก่ การคิดค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

อย่างชัดเจนจึงจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดโครงการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งได้จากการบูรณาการแนวคิดและองค์ความรู้ต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นเหตุเป็นผล

ตารางที่ 3 : แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	แนวคิด/การวิเคราะห์
1) เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 1.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 1.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 1.4) แบบสอบถาม (Questionnaire)	1.1) ผู้นำชุมชน 1.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 1.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 1.4) นักท่องเที่ยว	1.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 1.2) แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 1.3) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว 1.4) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) 1.5) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทาง	2.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 2.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2.4) การประชุมกลุ่ม	2.1) ผู้นำชุมชน 2.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 2.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 2.3) หน่วยงานรัฐ 2.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 2.5) ธุรกิจเอกชน 2.6) นักท่องเที่ยวทดลอง	2.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 2.2) แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 2.3) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) 2.4) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

วัตถุประสงค์การวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	แนวคิด/การวิเคราะห์
เศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น	ย่อย (Focus Group) 2.5) แบบสอบถาม (Questionnaire)		Statistics)
3) เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	3.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 3.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 3.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 3.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	3.1) ผู้นำชุมชน 3.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 3.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 3.3) หน่วยงานรัฐ 3.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 3.5) ธุรกิจเอกชน 3.6) นักท่องเที่ยวทดลอง	3.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 3.2) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว 3.3) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)
4) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับ	4.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 4.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 4.3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	4.1) ผู้นำชุมชน 4.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 4.3) หน่วยงานรัฐ 4.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 4.5) ธุรกิจเอกชน 4.6) นักท่องเที่ยวทดลอง	4.1) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

วัตถุประสงค์การวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	แนวคิด/การวิเคราะห์
แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11			

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ต่อหน่วยงานรัฐ ได้แก่

1) หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปรับใช้เพื่อยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเข ตี๋ฮ้านใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง อย่างเป็นรูปธรรม

2) งานวิจัยนี้จะ เป็นต้นแบบของการบูรณาการงานวิจัยสหวิทยาการเพื่อกำหนดนโยบายในการสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวของชาติ (Tourism Value Adding) ให้กับหน่วยงานรัฐ อันสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติด้าน “กำหนดและขับเคลื่อนเชิงนโยบายการท่องเที่ยวบนฐานความรู้”

3) งานวิจัยนี้จะ เป็นต้นแบบของการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานรัฐ ที่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวครอบคลุมด้านศักยภาพของชุมชน ตลอดจนมูลค่าและคุณค่าการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากเดิมที่ให้ความสำคัญเฉพาะมูลค่าทางการท่องเที่ยวเท่านั้น

1.7.2 ประโยชน์ต่อธุรกิจเอกชน

1) ธุรกิจเอกชนจะมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจตลอดจนมีรูปแบบที่แตกต่างหลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ธุรกิจเอกชนมีช่องทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในฮีฮ้านใต้

3) เกิดความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายระหว่างธุรกิจเอกชนและคนในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

1.7.3 ประโยชน์ต่อคนในชุมชน

1) คนในชุมชนสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตฮีฮ้านใต้ด้วยตนเอง อันเป็นการสร้างพลังอำนาจ

(Empowerment) ให้แก่คนในชุมชน ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของสังคม (Social Movement) สู่การกำหนดพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชาติในอนาคต

2) คนในชุมชนมีรายได้ ตลอดจนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอื่นๆ จากการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิ ตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานได้อย่าง เท่าเทียมกัน

3) คนในชุมชนให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน มิใช่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่เป็นผลจากสำนึกต่อคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นที่ยอมรับในสังคมวงกว้าง

4) ชุมชนมีความเข้มแข็งอันเนื่องมาจากการที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย อันจะนำไปสู่ “การท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์” ในอนาคต

1.7.4 ประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

1) นักท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความพึงพอใจในกลุ่มการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom-Based Tourism) เพิ่มขึ้น

2) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเกิดจิตสำนึกต่อการเคารพของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในฐานะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญจากการเข้าถึงคุณค่า ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีรากฐานจาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยมีความมุ่งหมายเพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยฐานความรู้ที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งห้าแห่ง (งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว/ งานทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง/ งานปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน/ งานประเพณีบุญคุณลาน / และงานประเพณีแซนโฎนตา)

ในบทนี้จะกล่าวถึงการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการศึกษาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ทฤษฎี แนวความคิดของการวิจัย

2.1.1. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) เป็นคำที่นักพัฒนาองค์กรเอกชน และนักวิชาการได้กำหนดขึ้น บางครั้งก็ใช้คำว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน (รัตนะ บัวสนธิ, 2539) ทั้งนี้ผู้นิยามความหมายของคำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้อย่างหลากหลาย อาทิ

ประเวศ วะสี (2530) ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า หมายถึงรากฐานความรู้ของชาวบ้านซึ่งเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างมี เอกภาพ ภูมิปัญญาทั้งสองลักษณะ คือ ส่วนที่เป็นนามธรรม เป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ ปรัชญา โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการสั่งสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลานานมีลักษณะเชื่อมโยงกัน ไปหมดในทุกสาขาไม่แยกเป็นรายวิชาแบบที่เราเรียน ฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ เกี่ยวกับการศึกษา วัฒนธรรมจะผสมกลมกลืนเชื่อมโยงกันไปหมด

ขณะที่รัตนะ บัวสนธิ (2535) อธิบายว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นคือสิ่งที่เป็โลกทัศน์หรือกระบวนทัศน์ (Paradigm) ของกลุ่มคนในชุมชนชนบทหรือท้องถิ่นที่มีต่อด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติและสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ด้านการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนด้วยกัน และด้านการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับการทำมาหากินโดยปกติสุข ทั้งในระดับตัวบุคคลและระดับชุมชน ทั้งนี้ในระดับชุมชนท้องถิ่นหนึ่งๆ ก็จะมี บุคคลที่เป็นผู้รู้ ผู้นำทางความคิด และการปฏิบัติในด้านที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งจะได้รับการเรียกขานในเชิงยกย่องว่าปราชญ์ชาวบ้านหรือปราชญ์ท้องถิ่น

นอกจากนี้ศ สันตสมบัติ (2542) อธิบายว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความรู้ของมนุษย์มิได้เกิดขึ้นลอยๆ แต่ภูมิปัญญาเกิดกำเนิดขึ้นภายในระบบนิเวศท้องถิ่น ภูมิปัญญาเกิดและพัฒนาขึ้นในกระบวนการที่คนและชุมชนปรับตัวเข้ากับระบบนิเวศชุดหนึ่ง ด้วยเหตุนี้เองในระบบนิเวศท้องถิ่น

ที่อาจมีต้นไม้พืช สัตว์ แมลง หรือสิ่งมีชีวิต เฉพาะถิ่น ที่สั่งสมและพัฒนากลายเป็นส่วนหนึ่งขององค์ความรู้หรือภูมิปัญญาของชนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ

จากความหมายข้าง กล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงประกอบไปด้วย (ศูนย์คติชนวิทยา, 2550)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นในฐานะการเป็นองค์ความรู้ของชาวบ้าน เป็นศักยภาพหรือความสามารถที่ใช้ในการแก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม โดยได้รับการสั่งสมถ่ายทอด ปรับตัว กันมาผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้อง กับกาลสมัย เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างผาสุก

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นประสบการณ์ของชาวบ้าน อันเนื่องมาจากการปรับตัวและดำรงชีวิตในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาจเป็นการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชนหลายๆ ชชาติพันธุ์ มีลักษณะเป็นองค์รวม มีบูรณาการสูงโดยมีวัฒนธรรมเป็นฐาน มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมรวมถึงโลกทัศน์ที่มีต่อสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ สั่งสม เรียนรู้ กลั่นกรอง พัฒนา สืบทอดตามวิถีชีวิตขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมกันมาเป็นเวลานาน จนตกผลึกเป็นองค์ความรู้ โดยกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย ที่ใช้ในการแก้ปัญหาหรือการดำเนินชีวิต

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความสามารถของมนุษย์ที่คิดค้น สั่งสม สืบทอด ปรับปรุง เรียนรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นใหม่ เป็นศักยภาพหรือเป็นแก่นของชุมชน เป็นความสามารถในการสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาและดำรงชีวิตในการแก้ปัญหาของชาวบ้านและชุมชน

4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพื้นเพ รากฐานและเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของชาวบ้าน ที่ชาวบ้านคิดขึ้นที่ เกิดจากประสบการณ์ของตนเองประสานกับความรู้ใหม่ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และใช้ในการแก้ปัญหา ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมของชาวบ้านในสังคมนั้นๆ รับรู้ เชื่อถือ เข้าใจร่วมกัน เป็นสติปัญญาและเป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน

5. ภูมิปัญญาเป็นแบบแผนวิถีชีวิต เป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของชุมชนเป็นกระบวนการทัศน์ของกลุ่มคนในชนบทหรือท้องถิ่นที่มีต่อด้านต่างๆ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติและสิ่งที่เหนือธรรมชาติในท้องถิ่นนั้นๆ

6. ภูมิปัญญาเป็นทุนทางปัญญา เป็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติ จิตใจ พฤติกรรม สังคม องค์กร วัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจ เทคโนโลยีการผลิต ทรัพยากรบุคคลในท้องถิ่นจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นสิ่งมีค่าและเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมได้

7. ภูมิปัญญาเป็นกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน สอดแทรกในพิธีกรรมต่างๆ เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติที่ผู้ใหญ่สั่งสอน เยาวชนจนเป็นที่รู้จักเกิดการยอมรับและนำไปถ่ายทอดพัฒนา และเป็นพลังจิตที่หลอมรวมผู้คนในสังคมให้อยู่รวมกันได้อย่างสงบสุข

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานแล้ว พบว่า จารุวรรณ ธรรมวัตร (2538) ได้จัดประเภทของภูมิปัญญาอีสานไว้ 3 ประเภท กล่าวคือ

1. ภูมิปัญญาด้านการผลิต ได้แก่ การดำเนินชีวิตด้วยการผลิตแบบพึ่งตนเอง คือ เกษตรกรแต่ละครอบครัวทำกิจกรรมการผลิตหลายอย่าง เช่น การทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า ทำเครื่องจักสานและหาอาหาร

2. ภูมิปัญญาด้านประเพณี ได้แก่ วิถีชีวิตของชาวบ้านตลอดปีจะมีกิจกรรมตามความเชื่อทางศาสนาและตามค่านิยมของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยประเพณีส่วนตัวซึ่งนิยมทำในแต่ ละช่วงสำคัญของชีวิต ได้แก่ การเกิด การบวช การแต่งงาน การตายเพื่อเป็นสิริมงคล อีกทางหนึ่งเพื่อแก้ไขปัญหาวีชีวิตหรือป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา เช่น ประเพณีสู่ขวัญเด็กก่อน พิธีสู่ขวัญ แต่งงาน ส่วนประเพณีส่วนรวมเป็นกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันทั้งชุมชน เช่น การสร้างวัด สร้าง โบสถ์ หรือ สร้างแบบแผนที่ดีงามให้เป็นบรรทัดฐานอย่างเดียวกัน เช่น แบบแผนการผลิต หลัก ศีลธรรม หลักจริยธรรมที่เป็นแนวปฏิบัติให้ทุกคนอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข

3. ภูมิปัญญาด้านภาษา ซึ่งมีความหลากหลายแตกต่างไปตามชาติพันธุ์ การใช้ ภาษาเป็น วาทศิลป์ เช่น ฃญา คติคำสอน

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการวิเคราะห์ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นคืออะไร สัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวอย่างไร มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในอีสานใต้ประเภทใดบ้างที่ใช้รากฐานภูมิปัญญาเป็นฐาน ตลอดจนจะสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานใต้ได้กี่แบบ ฯลฯ โดยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตเป็นหลัก เพื่อนำไปสู่การตี ความและการกำหนดพื้นที่วิจัย ตลอดจนช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพมูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อไป

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

จิตานันท์ ตีกุลและคณะ (2550: 10-14) ให้ความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยลักษณะของสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ตั้งแต่สินค้าที่จับต้องได้กับสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ ทั้งนี้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่

1. สินค้าทางการท่องเที่ยว หมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่รวมทั้งเหตุการณ์และกิจกรรมของการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ประกอบด้วยด้าน เทศกาลและงานประเพณี ด้านการจัดแสดงแสง- เสียง กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลหรือโอกาสพิเศษต่างๆ

3. การบริการทางการท่องเที่ยว เป็นการบริการที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว โดยส่งมอบแก่ผู้รับบริการ หรือนักท่องเที่ยวทันทีและไม่สามารถ

เก็บสะสมการบริการนั้น อีกทั้งการบริการดังกล่าวมีการเสื่อมสลายไปได้ ประกอบด้วยการบริการขนส่ง การบริการสารสนเทศ การบริการนำเที่ยว การบริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการร้านอาหาร การบริการสถานเริงรมย์ การบริการสินค้าขอ งที่ระลึก และการบริการความปลอดภัย

นอกจากนี้ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548: 61-62) ยังกล่าวถึงการนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวข้างต้นไปเสนอขาย เห็นได้จาก

1. การเสนอขายแบบผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึงสินค้าและบริการหลักที่สร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เป็นจุดขายหลักที่ต้องพิจารณาถึงความต้องการจำเป็น (Core Needs) ที่คล้ายคลึงกันและคู่แข่งรับรู้ถึงความต้องการนี้เช่นเดียวกัน

2. การเสนอขายแบบผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึงสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับหรือมีสิทธิจะได้รับเมื่อมาซื้อสินค้าและบริการ เช่น การได้รับบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักแรม ประกอบด้วย ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ มินิบาร์ ฯลฯ เป็นต้น

3. การเสนอขายแบบผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึงสินค้าและบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ อาจเป็นผลิตภัณฑ์ บริการเสริมหรือข้อเสนอแบบใดแบบหนึ่งที่ผู้ผลิตคิดค้นขึ้น เช่น โรงแรมแถมอาหารเช้าหรือเย็นหนึ่งมื้อ เป็นต้น

4. การเสนอขายตามศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึงการเสนอขายผลิตสินค้าและบริการควบเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต ตลอดจนรูปแบบการบริการใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจได้รับ หรือสร้างความพึงพอใจ หรือประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น ความสามารถในการจำชื่อเล่นของนักท่องเที่ยว การบริการจองตั๋วด้วยตู้เอทีเอ็ม หรือการให้บริการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เมื่อผนวกกับแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น จะช่วยให้ผู้วิจัยมองภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชัดเจนมากขึ้น โดยนัยนี้หากใช้ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงอาจประกอบด้วย

1. สินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ทรัพยากรด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น วิธีการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น ประเพณีและความเชื่อทางศาสนาของท้องถิ่น การแก้ไขปัญหาท้องถิ่น การสร้างแบบแผนที่ดีงามให้เป็นบรรทัดฐานของท้องถิ่น ตลอดจนภาษาถิ่น

2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามประเพณีหรือโอกาสพิเศษต่างๆ ของท้องถิ่น การจัดโฮมสเตย์ การให้นักท่องเที่ยวทดลองทำงานหัตถกรรมด้วยตนเอง การจัดแสดงที่สะท้อนวิถีชีวิตในท้องถิ่น ตลอดจนการจัดท่องเที่ยวเพื่อชมกีฬาท้องถิ่น เป็นต้น

3. การบริการทางการท่องเที่ยว เช่น การบริการของที่ระลึกที่พัฒนารูปแบบจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การประยุกต์อาหารท้องถิ่นให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ฯลฯ

ขณะเดียวกัน จากแนวคิดข้างต้นเราสามารถสรุบบ้างได้ว่า มูลค่าเพิ่มได้จากการนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยร่วมพัฒนากับคนในชุมชนเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งการเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ควบ และศักยภาพของผลิตภัณฑ์

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว

ความหมายของคุณค่าทางการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่แล้วถูกกล่าวถึงในประเด็นของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยมีอธิบายควบคู่กับความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา :2542) ตลอดจนคุณค่าทางด้านสังคมที่การท่องเที่ยวนำไปสู่การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยใช้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ นอกจากนี้คุณค่าทางการท่องเที่ยวยังหมายถึงรวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งด้านสาธารณูปโภค (Public Utilities) และสาธารณูปการ (Public Facilities) ซึ่งยังผลให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อีกด้วย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน:2553)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้เสนอแนวทางการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ประกอบไปด้วย

1. มิติเจ้าของบ้านที่ดี ได้แก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาของคนในชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับจิตใจของเจ้าของบ้านที่ดี ไม่ใช่จิตใจของเจ้าของบ้านในฐานะเป็นพ่อค้าที่พยายามขายสินค้า อันช่วยให้การท่องเที่ยวไทยสามารถทนต่อภาวะวิกฤตมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากหากเจ้าของบ้านคิดว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวคือญาติของตน และนักท่องเที่ยวคิดว่าคนในชุมชนเป็นญาติ แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งการประท้วง ภัยธรรมชาติ ปัญหาเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวซึ่งรู้สึกว่าเป็นญาติของเจ้าของบ้านก็ยังคงกลับมาอีกครั้ง

2. มิติของธุรกิจการท่องเที่ยว ต้องใช้การตลาดที่เน้นสุนทรียศาสตร์ (High Touch) ที่ให้ความสำคัญกับความรู้ของคนในท้องถิ่น (Tacit Knowledge) เพื่อสร้างอัตลักษณ์การเป็นเครือญาติระหว่างชาวของบ้านกับนักท่องเที่ยว ขณะที่ธุรกิจเอกชนต้องปรับตัวสู่ภาพลักษณ์ของการเป็นองค์กรสีเขียว (Green) ที่มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว

3. มิติสถาบันการศึกษา ต้องมีการค้นหาทฤษฎีและแนวคิดอย่างไทยเพื่อพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว เน้นการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ กับผู้ประกอบการและอาจารย์ต่างมหาวิทยาลัย ส่งเสริมการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) มากกว่าวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) อีกทั้งประเด็นวิจัยควรเป็นประเด็นวิจัยเชิงรุก ที่คาดการณ์องค์ความรู้ที่ประเทศไทยต้องการเพื่อการตั้งรับที่ดีในอนาคต

4. มิติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องได้รับการเสริมสร้างศักยภาพและคนในชุมชนให้มีส่วนร่วมกับภาครัฐและธุรกิจเอกชนในการจัดการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อให้การท่องเที่ยวนำไปสู่การกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น

จากแนวคิดการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ปัญหาเชิงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยในประเด็นความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ตลอดจนประเด็นคนในชุมชนกับการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นในฐานะเจ้าบ้านที่ดีและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการตลาดหรือเปลี่ยนแปลงความหมายดั้งเดิมเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากจนขาดความเป็นตนเองน้อยที่สุด

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้นนักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันทึกลงใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถานโบราณวัตถุ ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ฯลฯ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับการจูงใจที่สำคัญ 4 ประการคือ

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สูดกลิ่นอายธรรมชาติ เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ
2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ
4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ประสบการณ์และสถานภาพของตนเอง ตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะเชิงนโยบายต่อไป ทั้งนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:65 อ้างใน ปวีตรา โสภภาพและคณะ, 2551: 16) อธิบายความหมายของเครื่องมือการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ว่าเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนด

จุดแข็งและจุดอ่อนจากสิ่งแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานในองค์กร หรือหมายถึงวิธีการที่ช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร จุดอ่อนขององค์กร โอกาสจากสิ่งแวดล้อมภายนอกและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ทั้งนี้ประกอบด้วย

1. จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงาน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

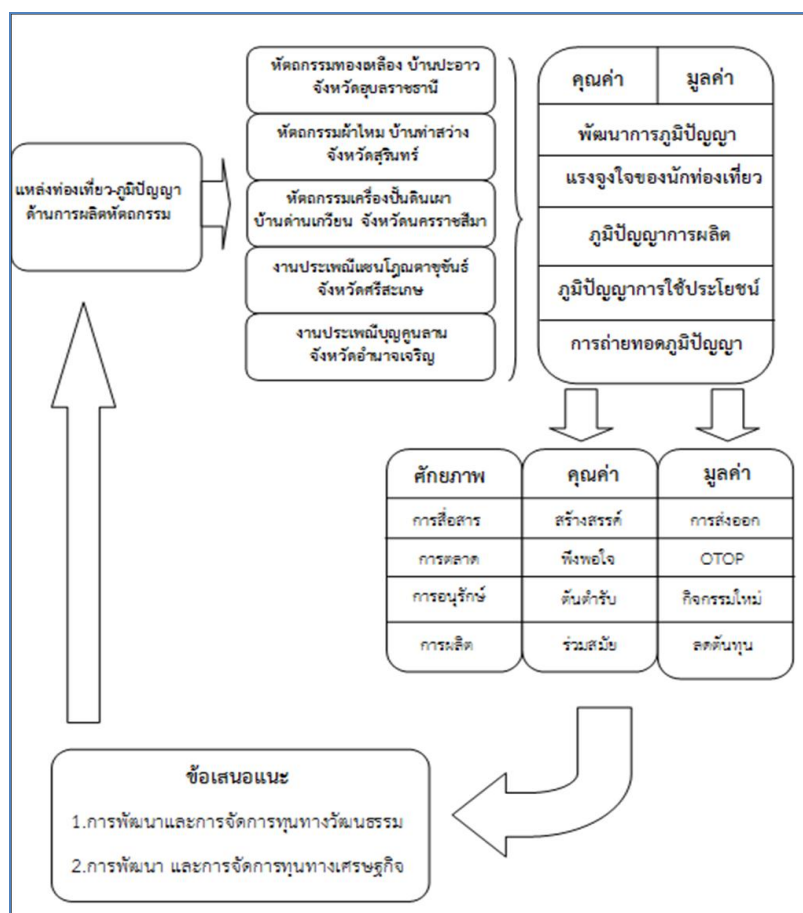
2. จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

3. โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

4. อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กร ไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาส กลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

อย่างไรก็ดี เมื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้ว ผู้วิจัย จะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์เพื่อกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

ทั้งนี้ อาจพิจารณากรอบแนวคิดของการวิจัยได้จากภาพประกอบที่ 1



จากภาพประกอบที่ 1 ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิต หัตถกรรมและ ประเพณีเป็นแนวทางในการอธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทาง การท่องเที่ยว เนื่องจากในภูมิภาคอีสานได้นั้นภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นที่รู้จักและมีความหลากหลายโดดเด่น มากกว่าภูมิปัญญาด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัยจำนวน 5 จังหวัดได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัด ศรีสะเกษซึ่งแหล่งท่องเที่ยว ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมิติด้านคุณค่าและมูลค่านับตั้งแต่พัฒนาการทางภูมิปัญญาของพื้นที่วิจัยแต่ละแห่ง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนเลือกชมประเพณีที่ เชื่อมโยงภูมิปัญญา ภูมิปัญญาด้านการผลิต ภูมิปัญญาด้ านประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนวิธีการ ถ่ายทอดภูมิปัญญา

เมื่อผ่านระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การประเมินผลจากนักท่องเที่ยว ทดลอง ตลอดจนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตแบบไม่ส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย จะนำไปสู่การยกระดับ บัคศึกษาภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญา ท้องถิ่นในด้านการสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต รวมถึงการสร้างคุณค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นได้การสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ลงใน

ผลิตภัณฑ์ การตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การสร้างความเป็นต้นตำรับ (Authenticity) การมีรูปลักษณ์ร่วมสมัย และการสร้างมูลค่าเพิ่มประกอบด้วยการยกระดับสู่การเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก การพัฒนาสู่สินค้า OTOP การคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ตลอดจนการลดต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อวิเคราะห์ และ นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนา และจัดการทุนมนุษย์ อันประกอบด้วย การสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต ที่ ด้านการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านการธำรงรักษาและจัดการทุนทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะภูมิปัญญา ศาสนา ความเชื่อ และประเพณี ที่สัมพันธ์กับคุณค่าและมูลค่าในหลายระดับนับตั้ง ระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ที่จะสามารถปรับใช้กับการท่องเที่ยวที่มาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมที่สะท้อนการยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกเป็นประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

2.2.1 งานวิจัยที่กล่าวถึงการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิทยานิพนธ์ของ ม.ร.ว. ภูมินทร์ วรวรรณ (2548) เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจอบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทยเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และเชียงใหม่ ได้สะท้อนให้เห็นการบริหารจัดการภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลักได้แก่การศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาดธุรกิจอบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทย เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจอบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทย โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านราคามีความจำเป็นที่สุดในธุรกิจอบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทย รองลงมาได้แก่กลยุทธ์ด้านนโยบาย การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ประเภทของธุรกิจ การเข้าถึงและระยะเวลาเดินทางสู่สถานบริการ และการบริการหลังการขาย ตามลำดับ

ขณะเดียวกัน ในด้านการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่น งานวิจัย โครงการวิจัยภาคสนาม การคุ้มครองภูมิ ป ญญาท องถิ่นไทย ซึ่งจัดทำโดย ศูนย์คติชนวิทยา คณะ ะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550) มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อสร้างกรอบความคิดการคุ้มครองภูมิ ป ญญาท้องถิ่นไทย โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยการสัมภาษณ์ กลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview) ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า ความหมายของภูมิ ป ญญามี

การนิยามได้ 4 แบบ กล่าวคือ แบบที่ 1 ภูมิปัญญามีลักษณะเป็นนามธรรมเกี่ยวข้องกับศาสนา แบบที่ 2 ภูมิปัญญาเป็นศักยภาพซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันของชุมชน แบบที่ 3 ภูมิปัญญาเป็นองค์ความรู้ แบบที่ 4 ภูมิปัญญาเป็นทุนทางปัญญา ดังนั้นการคุ้มครองภูมิปัญญาจึงควรมีแนวทางแบ่งปันผลประโยชน์ ได้แก่

1. กรณีไม่ ต้องขออนุญาต คนไทยทุกคนสามารถนำไปใช้ ได้ แต่ควรใช้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและให้ ความเคารพ ต่ นแหล่งภูมิปัญญา เพื่อการศึกษา /การเผยแพร่และการส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรมของชาติ และเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพ โดยไม่ทำลายการประกอบ อาชีพของตนแหล่งภูมิปัญญา
2. กรณีต้องขออนุญาต นักวิจัยควรอ ำอิงเจ้าของภูมิปัญญา กรณีที่เป็ นักวิจัยต่างชาติ ควรมีใบอนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐแสดง กอนเขาพื้นที่วิจัย กรณีที่นำไปเผยแพร่ ดานวัฒนธรรม ในต่างประเทศ ควรขออนุญาตก่อนเพื่อตรวจสอบความเหมาะสม
3. การแบ่งปันผลประโยชน์ กรณีนำภูมิป ญญาไปใช้ในเชิงพาณิชย์ (ทั้งคนไทยและคน ต่างชาติ) และการนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มต้องมีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับตนแหล่งภูมิปัญญา
4. การละเมิด ไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาตินำภูมิปัญญาไทยไปใช้ และไม่ อนุญาตให้คนไทย นำภูมิปัญญาซึ่งเป็นของสวนรวมไปใช้หาประโยชน์สวนตน

2.2.2 งานวิจัยที่กล่าวถึงการเพิ่มศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่กล่าวถึงการเพิ่มศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว พบว่าม้งงานวิจัยเป็น จำนวนมากที่กล่าวถึงการเพิ่มศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว แต่อาจแยกเป็นประเด็น ศักยภาพ ของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และศักยภาพของ ชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการวัฒนธรรม ดังตัวอย่างงานวิจัยของวิชานันท์ ผ่อง ศรี และ สมพงษ์ ธงไชย (2550) เรื่อง **การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการพื้นที่ อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี** ทำให้ทราบว่าศักยภาพในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นเป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีมาก การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวพบว่า หมู่บ้านเวินบักได้รูปแบบการ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก เพราะอยู่ใกล้เขตอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ และปากแม่น้ำมูลซึ่ง ไหลมาบรรจบกับแม่น้ำโขง บ้านตามุยได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะมีการทาสวน เกษตรไม้ผลริมแม่น้ำโขง บ้านท่าล้งได้รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะเป็นหมู่บ้านของ ชนเผ่าบรู บ้านชะยอมได้รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรผสมผสานในหลักการเกษตรทฤษฎีใหม่ บน พื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพราะมีการทำนาข้าว และการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เพราะเป็น หมู่บ้านแห่งแรกที่มีการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของอำเภอโขงเจียม

เขาวลิต สิมสวย 2551 ทำการศึกษาเรื่อง **รูปแบบการยกระดับสินค้าและพัฒนา หัตถกรรมชุมชนสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน** โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อ 1) ค้นหากระบวนการ

ยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป 2) ส่งเสริมห้องความรู้ตลอดกระบวนการในด้านการบริหารจัดการหัตถกรรมท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน และ 3) ค้นหาจุดร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสู่ชุมชนให้มีความเข้มแข็ง โดยใช้วิธีการค้นหาคำตอบ คือ การแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้นำ และกลุ่มสมาชิก เข้ามาผ่านกระบวนการ 3 รูปแบบ คือ การฝึกอบรม การศึกษาดูงานกรณีตัวอย่าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีเป้าหมายหรือตัวชี้วัดอยู่ที่การมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานใหม่เกิดขึ้นหรือไม่ ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นพบว่า กลุ่มผู้นำไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด ในทางตรงข้ามกลุ่มสมาชิกกลับให้การตอบสนองเป็นอย่างดี คือ มีผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่เกิดขึ้นด้วยการสร้างสรรค์ของกลุ่มสมาชิกเอง จะเห็นได้ชัดว่ากลุ่มผู้นำไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อกลุ่มสมาชิกเลย นั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้นำค่อนข้างอ่อนแอไม่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จได้ และจุดร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสู่ชุมชน คือ ถ้าหากกลุ่มมีผู้นำที่อ่อนแอเหมือนเช่นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้จะมีจุดร่วมในการถ่ายทอดความรู้ผ่านสมาชิกจะได้ผลกว่า แต่ถ้าหากกลุ่มที่มีผู้นำเข้มแข็งก็ใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้ผ่านผู้นำก็น่าจะเพียงพอ

ขณะเดียวกัน ประเด็นศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการวัฒนธรรมนั้น การศึกษาอิสระของสุดชีวัน นันทวัน ณ อุทยา (2551) เรื่อง **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง** ซึ่งให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพควบคู่กัน พบว่าคนในท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ทราบว่าแม้การท่องเที่ยวจะสร้างรายได้หลักอีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ แต่ก็ทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อย่างไรก็ตามการอนุรักษ์วัฒนธรรมดังกล่าวก็เป็นไปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าหน่วยงานรัฐจะให้ความสำคัญกับคนในท้องถิ่นในฐานะผู้ร่วมอนุรักษ์น้อยมากก็ตาม โดยนัยนี้แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางจึงควรประกอบด้วยการกำหนดนโยบายการศึกษาของรัฐให้เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ขณะที่รัฐควรกำหนดนโยบายให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การตัดสินใจ การประเมิน และการรับผลประโยชน์ อันจะนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นที่เศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรมุ่งเน้นความต้องการของคนในท้องถิ่นเช่นเพื่อตอบสนองการยกระดับคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมชุมชนเพื่อป้องกันการคุกคามทางวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้

2.2.3 งานวิจัยที่กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

งานวิจัยของมิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2548) ในประเด็น **อุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่** ภายใต้โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้นำเสนอประเด็นมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งให้ความสำคัญกับการบริการนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 83.60 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 11 ราย พบว่าก่อให้เกิด การจ้างงานในปี พ.ศ. 2545 ประมาณ 500 คน ประกอบด้วย พนักงานนวดไทย นวดอโรมา นวดหน้า 300 คน ผู้จัดการและพนักงานต้อนรับ 100 คน และพนักงานอื่นๆ เช่น แม่บ้านหรือคนสวนประมาณ 50-70 คน นอกจากนี้ธุรกิจสปายังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มกว่า 45 ล้านบาทต่อปี โดยองค์ประกอบที่มี สัดส่วนของมูลค่าเพิ่มสูงที่สุดคือค่าจ้างพนักงานในสปา ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 19 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 41.73) รองลงมาคือค่าไรก่อนหักภาษี ประมาณ 13 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 30.75) และค่าเสื่อมราคาประมาณ 6 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 13.30) ขณะที่เมื่อคิดเป็นมูลค่าเพิ่มในประเทศ ของธุรกิจสปาของจังหวัดเชียงใหม่พบว่ามีค่าประมาณ 40.93 ล้านบาทต่อปี หรือร้อยละ 91.34 และมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่อการจ้างงานเท่ากับ 89,620 บาทต่อคนต่อปี หรือประมาณ 7,468 บาทต่อคนต่อเดือน

ขณะเดียวกัน ทรงคุณ จันทรจร และคณะ (2552) ได้อธิบายการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการนำเอาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากงานวิจัยเรื่อง **คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้** ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 59 จังหวัด จากทั้ง 4 ภาคของประเทศ ประกอบด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 19 จังหวัด ภาคกลาง 26 จังหวัด และภาคใต้ 14 จังหวัด ที่มีศักยภาพและสามารถส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น เหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการผลิต การจัดนิทรรศการ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม

ในส่วนงานวิจัยที่กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาในภาคอีสาน ธาณินทร์ ไชยเย็น และคณะ . (2550) ทำการศึกษาเรื่อง **มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่ง**

ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เน้นประเมินค่าผลประโยชน์จากอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ด้วยวิธีสมมติสถานการณ์ให้ประเมินค่า (Contingent Valuation Method, CVM) โดยสอบถามความเต็มใจที่จะจ่ายที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ใน 2 ประเด็น คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากบริการที่ได้รับในปัจจุบัน โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended question) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประวัติศาสตร์ในรูปแบบเงินบริจาคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์สมมติว่า หากทางอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละแห่งเตรียมจัดตั้งกองทุนเพื่ออนุรักษ์ศิลปกรรมต่างๆ ภายในอุทยานฯ แล้วนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นเงินเท่าใดโดยใช้คำถามปลายปิดแบบถามสองครั้ง (Double-Bounded Dichotomous Choice Question) ที่มีการใช้มาตรวัดระดับความมั่นใจ (Certainty Scale Calibration) และถามซ้ำด้วยคำถามปลายเปิด ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากบริการที่ได้รับในปัจจุบันเท่ากับ 20.06 และ 23.62 บาทต่อคนต่อครั้งสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าค่าธรรมเนียมเข้าชมในปัจจุบันเป็น 2 เท่า ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประวัติศาสตร์ ในรูปแบบเงินบริจาคของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 367.45 และ 263.52 บาทต่อคนเพียงครั้งเดียวสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ตามลำดับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง คือ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เคยไปเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและทัศนคติต่อกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง คือ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพิมาย คือ รายได้ต่อเดือน อายุ และจำนวนปีที่ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพิมาย คือ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และระยะทางจากที่อยู่ปัจจุบันถึงอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประวัติศาสตร์สามารถคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ในกา รอนุรักษ์โดยประมาณเท่ากับ 124.54 และ 48.04 ล้านบาทต่อปีสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ตามลำดับ

งานวิจัยระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยมหาสารคามของป ทมาวดี ชาญสุวรรณ (2553) เรื่อง การพัฒนาการประดิษฐ์เครื่องประดับในการแสดงเพื่อสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชนอีสาน ระบุว่าวัตถุประสงค์ของงานวิจัยว่าผู้วิจัยต้องการที่จะพัฒนาเครื่องประดับของอีสานให้สามารถเป็นอาชีพของชุมชนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ด้วยการศึกษาความเป็นมาของเครื่องประดับในภาคอีสาน สภาพปัจจุบันและปัญหาในการประดิษฐ์เครื่องประดับอีสาน ผ่าน

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าเครื่องประดับของภาคอีสานเป็นสิ่งที่แสดงฐานะนักรบของผู้สวมใส่ บางส่วนมีการเลียนแบบเครื่องทรงของพระมหากษัตริย์ โดยได้มีการแบ่งประเภทของเครื่องประดับอีสานได้แก่ประเภทเครื่องประดับศีรษะ เครื่องประดับตัว เครื่องประดับแขน และเครื่องประดับขา และมีกระบวนการผลิตได้แก่การลงรักปิดทองและประดับเพชร ทั้งนี้การทำเครื่องประดับในชุมชนอีสานเริ่มในช่วงปี พ.ศ. 2540 ด้วยการฝึกหัดจากวัดเทพากร เขตบางรัก กรุงเทพฯ แล้วจึงนำมาถ่ายทอดในท้องถิ่นของตนเอง สภาพปัจจุบันและปัญหาพบว่ากลุ่มผู้ประดิษฐ์เครื่องประดับในการแสดงของชุมชนประกอบอาชีพมากกว่า 10 ปี โดยมีลูกค้ารับซื้ออยู่ในภาคอีสานเป็นส่วนใหญ่ วัสดุที่ใช้นำเข้าจากกรุงเทพฯ แต่ใช้แรงงานของชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ต่อเดือนที่สามารถอยู่ได้อย่างพอเพียง ปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาด้านทุนการขนส่งวัสดุจากกรุงเทพฯ แรงงานการผลิตจำนวนน้อย ขาดแหล่งเงินสนับสนุน และขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐ ดังนั้นแนวทางแก้ไขจึงควรสร้างมาตรฐานในกระบวนการและขั้นตอนการผลิต การเพิ่มกำลังแรงงานการผลิต การแสวงหาทุนจากภาครัฐหรือเอกชน การยกระดับให้เป็นเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการโฆษณาและวางแผนการตลาด

2.2.4 งานวิจัยที่กล่าวถึงการยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่กล่าวถึงการยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยนับว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับงานวิจัยในเชิงมูลค่า อย่างไรก็ตามการวิจัยที่เน้นคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะท้อนออกมาจากข้อมูลเชิงสถิติที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตอบ ทั้งนี้เห็นได้จากวิทยานิพนธ์ของกฤติยา จักรสาร (2545) เรื่อง การส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่มัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญกับการหาแนวทางการส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่มัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ และผลการวิจัยพบว่าแม้ว่าจะมีหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการให้ความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่ปรากฏว่ามัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวกลับมีความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ในระดับน้อย ดังนั้นแนวทางการส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่มัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวจึงควรมีส่วนร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แหล่งท่องเที่ยว และคนในชุมชนเพื่อพัฒนาแผนดำเนินการทั้งแผนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ แผนการให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว แผนการเผยแพร่ความรู้จากภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ ตลอดจนแผนการกระตุ้นและปลูกจิตสำนึก

จารุณี ชัยโชตนันต์ และคณะ (2550) วิจัยเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เพื่อศึกษา 1) ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) เพื่อหาแนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 4) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืน

โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านโดยการวัดระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวจาก ประสพการณ์การรับรู้เรื่องคุณค่าและความงามจากอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด และความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะที่เป็นเฉพาะ ของตนเองในเรื่องกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำเนียงและภาษาพูดของ ผู้คน การแต่งกายที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ บุคลิกลักษณะของผู้คน ความสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว พืชพันธุ์ไม้พื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

ระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับ ความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 และนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวมอยู่ที่ระดับ 4 เช่นกัน แต่เมื่อวิเคราะห์ เปรียบเทียบระดับความมีสุนทรียศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติ ทดสอบ t-test พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องความงดงาม คุณค่า และความน่าสนใจ ในกิจกรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ความงดงามและความน่าสนใจในสำเนียงการ พุดภาษาถิ่นของผู้คน ความงดงามและความน่าสนใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของกลุ่มคน ความ น่าสนใจขององค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ความงาม คุณค่าและความน่าสนใจของพืชพันธุ์ ไม้พื้นเมืองและรสชาติ คุณค่าและความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับความมีสุนทรียศาสตร์สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวทางการจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และแนวทาง กำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดควรหา ความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้พบอย่างจริงจังและแท้จริง สำหรับแนวทางการจัดการ สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตั้งแต่ระดับภาคไปจนถึง ระดับพื้นที่ และควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในเทศกาลประจำ ท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรให้ความสำคัญ กับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

สายใจ ทันการ และคณะ (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อีสานใต้ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นหรือภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามคำขวัญของแต่ละจังหวัดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน 2) ศึกษาแนวทางการ เชื่อมโยงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้าน มีพื้นที่การวิจัยครอบคลุม 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และชัยภูมิ มีขอบเขตการศึกษา

ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวตามคำขวัญของจังหวัดเพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นฐานในการอนุรักษ์ สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ยั่งยืนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปในประเทศและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ผลการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ปัจจุบันในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายพบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดอีสานใต้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ มาจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ เพราะสนใจศึกษาศิลปวัฒนธรรม ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี และชัยภูมิ เพราะสนใจศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานอย่างไร พบว่า นักท่องเที่ยวมองจุดเด่นจังหวัดอีสานใต้ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ หรือศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ

คำถามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวมีความประทับใจความมีน้ำใจและความมีอัธยาศัยของคนภาคอีสาน ให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวต้องการได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางจากรถโดยสารประจำทางหรือบริการสาธารณะจากภาครัฐ ตารางการเดินทางที่กำหนดไว้ไม่ค่อยตรงเวลา การเดินทางมาภาคอีสานเป็นไปตามความคาดหวัง เพราะมีความสะดวกสบายหลายประการ ค่าใช้จ่ายไม่สูง สถานที่ท่องเที่ยวในภาคอีสานควรจะมีห้องสุขาที่สะอาด มีร้านอาหารที่ถูกสุขลักษณะ สินค้าราคาไม่สูงมากนัก มีที่นั่งพักในแหล่งท่องเที่ยวเพราะสภาพอากาศร้อนมาก ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งเพื่อตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวครั้งต่อไปนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ได้คิดว่าจะไปเที่ยวที่ใด หากมีโอกาสและเวลาที่เหมาะสมจะมาจังหวัดอีสานใต้อีก การเชื่อมโยงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้าน ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมให้เป็นรูปธรรม กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนถือปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารจังหวัดหรือผู้บริหารท้องถิ่นสมัยใดก็ตาม มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมอย่างต่อเนื่องและนำหลักการการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการมาบรรจก็ให้ประชาชนมาเที่ยวด้วยความสนใจ

ชาตรี เวียงแก้ว (2552) ศึกษาเรื่อง **กระบวนทัศน์และพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี** โดยมีความมุ่งหมายสองประการ คือ ประการแรก เพื่อศึกษากระบวนทัศน์และพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ประการที่สอง เพื่อศึกษาผลกระทบจากกระบวนทัศน์และพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้รู้จำนวน 30 คน กลุ่มผู้ร่วมปฏิบัติ จำนวน 15 คน และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 15 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการศึกษาและนำเสนอผลการวิจัยโดยการ

พรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่าพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปรากฏว่ามีการเปลี่ยนแปลงหลายๆ อย่าง ทั้งทางด้านรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในอดีตนั้น การท่องเที่ยวมีรูปแบบเพียงการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของชุมชน และการเที่ยวชมงานประเพณี หลังจากที่มีการพัฒนาแล้ว เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านอื่นๆ ปรากฏว่า มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่เกิดขึ้น เช่น พิพิธภัณฑ์ชุมชน ป่าชุมชนและสวนสัตว์ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายขึ้น กระบวนการที่ให้ผู้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการท่องเที่ยวร่วมกันส่งผลให้ชาวบ้านปะอาวได้รับผลกระทบเชิงบวกในหลายด้าน โดยเฉพาะผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ชาวบ้านและผู้เกี่ยวข้องจากองค์กรต่าง ๆ ได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมทองเหลือง กลุ่มหัตถกรรมทอผ้า ซึ่งกลุ่มเหล่านี้ได้รับรางวัลการเชิดชูเกียรติจากองค์กรต่าง ๆ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ชาวบ้านปะอาวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมที่พวกเขาเป็นผู้ผลิตขึ้นเอง และได้รับการสนับสนุนงบประมาณด้านการก่อสร้างสิ่งที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของหมู่บ้านจากองค์กรต่าง ๆ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ปรากฏว่า สิ่งแวดล้อมของชุมชนได้รับการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัตถุ เป็นต้นว่า ป่าชุมชนได้รับการฟื้นฟูและจัดทำเป็นสวนสัตว์ชุมชน สวนสาธารณะ หนองบึงได้รับการฟื้นฟูเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวชุมชนนอกจากนี้ยังมีโรงทอผ้า ศูนย์ศึกษาชุมชนช่างหล่อผลิตภัณฑ์ทองเหลือง ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง สหกรณ์หัตถกรรมบริการ พิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งถูกจัดสร้างและก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นทรัพยากรสำคัญเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน

กระบวนการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน มาสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายนั้น ทำให้เกิดพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน และส่งผลกระทบเชิงบวกแก่ชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ยิ่งไปกว่านั้น การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ยังช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชาวชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

ทศพล เดชะ (2553) ได้เสนองานปริญญานิพนธ์ประเด็น **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง** ที่สะท้อนมิติการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าในประเด็นพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณกล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 120 คนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระชาวยุโรป ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เดินทางเป็นคู่ และ

ต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้งในอนาคต ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม และการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม สถานที่พักผ่อน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้งานวิจัยของทศพลยังได้เสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง คือ 1) พัฒนาการบริหารจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 2) พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศสมาชิกให้มีประสิทธิภาพเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงโดยมีกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลาง 3) พัฒนาระบบการตรวจคนเข้าเมืองให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ระบบวีซ่าเดียว สำหรับ 6 ประเทศ 4) พัฒนาและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบองค์รวมภายใต้แนวคิด 6 ประเทศ 1 จุดหมายปลายทาง โดยเน้นจุดแข็งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีสำคัญของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 5) มุ่งเน้นให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวควบคู่การปลูกจิตสำนึกให้พวกเขาตระหนักและรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวอันจะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการวิจัยการยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้อง ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น ตลอดจนเพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ระเบียบ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในการศึกษาจะจำแนกตามรูปแบบและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาซึ่งประกอบด้วยการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คนในชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ชุมชน รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) หน่วยงานรัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทดลองใน 5 ชุมชน โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

3.1.1.1. คนในชุมชน ประกอบด้วย

1) ผู้นำชุมชน ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ชุมชนละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน โครงสร้างชุมชน กลุ่มภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ตลอดจนแนวทางในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย ชุมชนละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เพื่อทำหน้าที่ร่วมวางแผนการวิจัยในชุมชน ร่วมสำรวจ ร่วมวิเคราะห์ และร่วมเสนอแนวทางการยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้การคัดเลือกกลุ่ม

3)ชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย จะใช้วิธีอาสาสมัครจากผู้สนใจโดยไม่จำกัดเพศ การศึกษา และอายุ

4)กลุ่มชาวบ้านทั่วไปจำนวนไม่เกินชุมชนละ 6 คน ในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1.1.2. คนนอกชุมชน ประกอบด้วย

1) หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ไม่เกินชุมชนละ 5 หน่วยงาน

2) องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน ไม่เกินชุมชนละ 3 องค์กร

3) ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ บริษัท ทนั่วเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่พัก และคมนาคมขนส่ง ไม่เกินชุมชนละ 3 ธุรกิจ

4) นักท่องเที่ยวทดลอง ในฐานะผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนละ 6 คน โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้กำหนดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้ง ช่วงอายุ การศึกษา เพศ และอาชีพ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น นักเรียนนักศึกษา นักธุรกิจ ข้าราชการ นักวิชาการ ฯลฯ

3.1.2 เครื่องมือการวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.2.1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับคนในชุมชนและทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อค้นหายหาด้านศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มารากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่วิจัยที่ไม่สามารถเปิดเผยได้จากการสัมภาษณ์ เช่น ความขัดแย้งในชุมชน หรือทัศนคติทางลบต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3.1.2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้คนในชุมชน และคนนอกชุมชนในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) บอกเล่าข้อมูลต่างๆ ตามแนวคำถาม เช่น

1)คนในชุมชน ดังประเด็นตัวอย่าง ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของชุมชนมีอะไรบ้าง / ในชุมชนของท่านใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอะไรบ้างเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว / ปัญหาของท่านต่อการสร้างหรือพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวคืออะไร/ ท่านคิดว่าจะมีวิธีการใดบ้างเพื่อแก้ไขปัญหาการสร้างหรือพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว / ท่านต้องการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า หรือคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง และด้วยวิธีการใด

2)คนนอกชุมชน ดังประเด็นตัวอย่าง ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ / ท่านมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้หรือไม่ อย่างไร / คนในชุมชนควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนโดยใช้รากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและ นักท่องเที่ยวมากที่สุด / คนในชุมชนควรนำเสนอเรื่องราว (Story) ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไร เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและ นักท่องเที่ยวมากที่สุด / ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน สามารถทำให้ท่านตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างไรบ้าง

3.1.2.3) ผู้วิจัยจะมีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อรับฟังความเห็นของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน ในประเด็นการร่วมกำหนดปัญหาด้านศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มารากฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนร่วมระดมความคิด เห็นเพื่อสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้รับจากผลการวิจัย

3.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตลอดจนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และ TOWS Matrix โดยมีความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนแนวคิดในการวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถจำแนกผลการวิจัยให้ตรงตามที่วัตถุประสงค์ของการวิจัยกำหนด

ตารางที่ 1 : แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	แนวคิด/การวิเคราะห์
1) เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเองเพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้อง ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 1.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 1.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 1.4) แบบสอบถาม (Questionnaire)	1.1) ผู้นำชุมชน 1.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 1.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 1.4) นักท่องเที่ยว	1.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 1.2) แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 1.3) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว 1.4) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) 1.5) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น	2.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 2.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) 2.5) แบบสอบถาม (Questionnaire)	2.1) ผู้นำชุมชน 2.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 2.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 2.3) หน่วยงานรัฐ 2.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 2.5) ธุรกิจเอกชน 2.6) นักท่องเที่ยว ทดลอง	2.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 2.2) แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 2.3) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) 2.4) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

วัตถุประสงค์การวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	แนวคิด/การวิเคราะห์
3) เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่ การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	3.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 3.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 3.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 3.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	3.1) ผู้นำชุมชน 3.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 3.3) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 3.3) หน่วยงานรัฐ 3.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 3.5) ธุรกิจเอกชน 3.6) นักท่องเที่ยว ทดลอง	3.1) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 3.2) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว 3.3) การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)
4) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11	4.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 4.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 4.3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	4.1) ผู้นำชุมชน 4.2) กลุ่มชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย 4.3) หน่วยงานรัฐ 4.4) องค์กรพัฒนาเอกชน 4.5) ธุรกิจเอกชน 4.6) นักท่องเที่ยว ทดลอง	4.1) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

3.2 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดศรีสะเกษในช่วงปี 2554 แล้วนำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan จังหวัดละ 200 คน จำนวน 3 จังหวัด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมทั้งหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ และบ้านปะอาวหัตถกรรมทองเหลือง โดยจะเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนสิงหาคม เป็นเวลา 6 เดือน

3.2.2 เครื่องมือการวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.2.1 แบบสอบถามจะถูกใช้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ชี้วัดได้ของศักยภาพในการผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดอุบลราชธานีในประเด็นแรงจูงใจที่มามีเยี่ยมชมสถานที่ โดยรูปแบบของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

- 1) ส่วนข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบและคำถามแบบปลายเปิด เช่น อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนา
- 2) ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทั้งห้าพื้นที่ (หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว / หัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง / หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน / งานประเพณีแซนโฌตา / และงานประเพณีบุญคูณลาน)
- 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งห้าพื้นที่ (หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว / หัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง / หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน / งานประเพณีแซนโฌตา / และงานประเพณีบุญคูณลาน) โดยแบ่งประเด็นความพึงพอใจออกเป็นสามด้านหลัก คือ ความพึงพอใจเกี่ยวกับศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจเกี่ยวกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการประเมินค่าระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (Rating Scale) ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด=5/

พึงพอใจมาก=4/ พึงพอใจปานกลาง=3/ พึงพอใจน้อย=2/ พึงพอใจน้อยที่สุด=1

- 4) เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Form) เพื่อให้
นักท่องเที่ยวดูแสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งห้าแห่ง

3.2.2.2 การทดสอบเครื่องมือ คณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความ
เที่ยงตรงของเนื้อหา(Content Validity) และทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของ
เครื่องมือ (Reliability) ปรากฏผล โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อ
พิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม เนื้อหา ความเข้าใจ
ตลอดจนคำศัพท์เฉพาะ ว่ามีความถูกต้องและครอบคลุม
ประเด็นที่สอดคล้องกับปัญหาในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งขั้นตอนนี้
เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม
(Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง
(Construct Validity)
- 2) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้
(Try out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน
กับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 30 ชุดตัวอย่าง เพื่อ
ตรวจสอบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกันนั้นมีความ
เข้าใจในความหมายของข้อความคำถามหรือไม่ ตรง ตามความ
ต้องการและความเหมาะสม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มา
หาค่าความเชื่อมั่นที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม (Reliability)
ในแง่ของความคงที่ของผลที่ได้รับ (Consistency) โดยใช้
โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์
(Statistical Package for Social Sciences: SPSS) ในการ
หาค่าความเชื่อมั่น โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
ปรากฏค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.87 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ในเชิง
สถิติ

3.2.2.3 การรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บ
แบบสอบถามระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนสิงหาคม เป็นเวลา 6 เดือน
จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาลงรหัสและลงข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับ
การวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Sciences:
SPSS)

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Sciences: SPSS) วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในลักษณะ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสะท้อนพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งห้าแห่ง (หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว / หัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง / หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน / งานประเพณีแซนโฎนตา / และงานประเพณีบุญคุณลาน) โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ส่วนข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงค่าความถี่(Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงค่าความถี่(Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 3) ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งห้าแห่ง ซึ่งวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งแปลผลจากค่าเฉลี่ย (Mean) ออกเป็นระดับความพึงพอใจ โดยได้กำหนดเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย และเกณฑ์การแปลผลแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยของระดับ (Cooper. 1998) ดังนี้

ช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย	=	$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$
	=	$\frac{5 - 4}{1} = 0.8$

เกณฑ์การประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งห้าแห่งมีแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

4) ส่วนข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิด โดยคณะผู้วิจัยจะนำประเด็นที่ได้จากข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะมาสรุป และวิเคราะห์

ข้อมูลแบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

3.3 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัดงานวิจัยนี้ มีเป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด ดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
1. ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นเพิ่มขึ้น สามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้	- คนในชุมชนสามารถผลิตของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ของปริมาณการผลิตเดิม	- คนในชุมชนให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การเชิญวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพในชุมชน

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
2. ผลผลิตด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้มีมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่นได้อย่างเท่าเทียมกัน	- เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการผลิตหัตถกรรมอย่างน้อย ชุมชนละ 1 กิจกรรม - ของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3 จากราคาเดิม - คนในชุมชนสามารถจำหน่ายของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ของปริมาณการผลิตเดิม	- ผลผลิตด้านการท่องเที่ยวมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากมูลค่าเดิม	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การทัศนศึกษาดูงาน - การเชิญวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว - การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ - นักท่องเที่ยวทดลอง - แบบสอบถามแรงจูงใจนักท่องเที่ยว
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ได้รับการยกระดับคุณค่าในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตระหนัก	- มีการสร้างสรรค์รูปแบบและเรื่องราวของภูมิปัญญาท้องถิ่นใน	- นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ปรากฏผ่าน	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การทัศนศึกษาดูงาน - การเชิญ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
ถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5 - นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5		วิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว - การสร้างเรื่องราว (Story) ในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ - นักท่องเที่ยวทดลอง
4. มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11	มีข้อเสนอแนะที่ให้ ความสำคัญต่อการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่น้อยกว่า 3 นโยบาย	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	1 ปี	- การประชุมกลุ่มย่อย

3.4 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด งานวิจัยนี้ มีเป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 : แสดงผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
1) ระดับหน่วยงานรัฐ	หน่วยงานรัฐสามารถนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปรับใช้เพื่อยกระดับศักยภาพมูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้อย่างน้อย 3 นโยบาย	-	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การประชุมกลุ่มย่อย
2) ระดับธุรกิจเอกชน	- มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ - เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่น้อยกว่า 2 ชุมชน	-	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การประชุมกลุ่มย่อย - นักท่องเที่ยวทดลอง

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
3) ระดับคนในชุมชน	- มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเดิมเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ - คนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการวิจัยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20	คนในชุมชนมีความพึงพอใจต่อการกระบวนกรวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	1 ปี	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การประชุมกลุ่มย่อย - นักท่องเที่ยวทดลอง
4) ระดับนักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	1 ปีงบประมาณ	- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม - การประชุมกลุ่มย่อย

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษา

สำหรับบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยจากเครื่องมือการวิจัยในเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ทั้งนี้ข้อมูล ทั้งสองประการนี้เป็นก รววิเคราะห์ผลจากการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามแบบไม่เฉพาะเจาะจง และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ทั่วไประหว่างข้อมูลนักท่องเที่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวในรูปแบบภูมิปัญญาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และระหว่างข้อมูล นักท่องเที่ยวกับรูปแบบ ภูมิปัญญาด้านงานประเพณี ดังนี้

4.1 ผลการศึกษา

4.1.1. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 5 พื้นที่ศึกษา (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา งานประเพณีแซนโหมินตา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ และงานประเพณีบุญคูณลาน อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุบลราชธานี) ปรากฏรายละเอียดดังนี้

ก. รูปแบบภูมิปัญญาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวลักษณะงานหัตถกรรม

1) หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
● หญิง	87	80.6
● ชาย	21	19.4
รวม	108	100

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 19.4

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
● 19 – 25 ปี	64	59.3
● 26 – 32 ปี	4	3.7
● 33 – 39 ปี	38	35.1
● 40 – 46 ปี	2	1.8
รวม	108	100

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มีอายุ 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.1 และอายุ 26 – 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
● มัธยมศึกษา	2	1.9
● อนุปริญญา	3	2.8
● ปริญญาตรี	95	88.0
● สูงกว่าปริญญาตรี	8	7.4
รวม	108	100

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
● นักเรียน/นักศึกษา	93	86.1
● ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	10	9.3
● พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	5	4.6
รวม	108	100

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 5,000 บาท	70	65.8
● 5,001 – 10,000 บาท	7	6.3
● 10,001 – 15,000 บาท	21	18.9
● 15,001 – 20,000 บาท	6	5.4
● มากกว่า 20,000 บาท	4	3.6
รวม	108	100

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
● จังหวัดอุบลราชธานี	43	39.8
● จังหวัดศรีสะเกษ	6	5.6
● จังหวัดยโสธร	4	3.7
● จังหวัดบุรีรัมย์	1	0.9
● จังหวัดกาฬสินธุ์	2	1.9
● จังหวัดชัยภูมิ	1	0.9
● จังหวัดขอนแก่น	1	0.9
● จังหวัดร้อยเอ็ด	1	0.9
● จังหวัดสงขลา	1	0.9
● จังหวัดตรัง	1	0.9
● จังหวัดนนทบุรี	4	3.7

● จังหวัดปทุมธานี	5	4.6
● จังหวัดกรุงเทพมหานคร	36	33.3
● จังหวัดสมุทรปราการ	1	0.9
● จังหวัดระยอง	1	0.9
รวม	108	100

ตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ จังหวัด กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเที่ยวชมบ้านปะอาวเป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
● ครั้งแรก	102	94.4
● ครั้งที่สอง	4	3.7
● ครั้งที่สาม	2	1.9
รวม	108	100

ตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ ครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 3.7 และ ครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาวของ นักท่องเที่ยว

ท่านรู้จักบ้านปะอาวจากช่องทางใด	จำนวน	ร้อยละ
● โทรศัพท์	4	3.7
● โปสเตอร์	2	1.9
● เว็บไซต์	9	8.3
● บริษัทนำเที่ยว	52	48.1
● คนรู้จัก	41	38.0
รวม	108	100

ตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอเหลืองบ้านปะอาว ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
● เพื่อศึกษาดูงาน	95	88.0
● เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือของฝาก	4	3.8
● ตามโปรแกรมนำเที่ยว	9	8.4
รวม	108	100

ตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ ตามโปรแกรมนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอเหลืองบ้านปะอาว ของนักท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
● รถส่วนบุคคล	15	13.9
● รถเช่า	19	17.6
● รถบริษัทนำเที่ยว	50	46.3
● อื่นๆ.....	24	22.2
รวม	108	100

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางของผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มาโดยรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา อื่นๆคิดเป็นร้อยละ 22.2 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยงเพื่อเยี่ยมชมงานหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว

ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
● ครอบครัว	3	2.7
● เพื่อน	66	61.1
● มากับบริษัทนำเที่ยว	22	20.4
● อื่นๆ.....	17	15.7
รวม	108	100

ตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยงเพื่อชมงานหัตถกรรมทองเหลือง ณ บ้านปะอาว ส่วนใหญ่มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมาคือมากับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.4 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว

ท่านมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใด	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาว	90	81.0
● การเยี่ยมชมโรงผลิตบ้านปะอาว	13	14.5
● ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบอื่น	5	4.5
รวม	108	100

ตารางที่ 12 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ส่วนใหญ่คือผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือการเยี่ยมชมโรงผลิตบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว

ท่านมีค่าใช้จ่ายใดบ้างในการมาเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาว	67	62.0
● ค่าอาหาร	15	13.9
● ค่าพาหนะ	9	8.3
● ผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ	17	15.7
รวม	108	100

ตารางที่ 13 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

จากตารางที่ 1-13 ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทองเหลืองส่วนใหญ่คือ เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 19.4 โดยมีอายุระหว่างอายุ 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.1 และอายุ 26 – 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.7 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 2.8 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และพนักงานบริษัท /ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ รายได้อยู่ที่ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 5.6 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ ครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 3.7 และ ครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 1.9 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูล ของบ้านปะอาว จากบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 8.3 วัตถุประสงค์ในการมาส่วนใหญ่เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ ตามโปรแกรมนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 และเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับส่วนใหญ่ มาโดยรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.3 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 17.6 การเดินทาง มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมาคือมากับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.4 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.7 นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่พึงพอใจในตัว ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือการเยี่ยมชมโรงผลิตบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะอยู่ที่ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 14 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับ ความพึง พอใจ
ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
1. ผลิตภัณฑ์ทองเหลือง	4.52	.572	มากที่สุด
2. การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์ทองเหลือง	3.84	.770	มาก
3. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)	4.50	.605	มากที่สุด
4. กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	4.16	.702	มาก
5. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ.....	3.95	.960	มาก
รวม	4.19	0.72	มาก

คุณค่าของผลิตภัณฑ์			
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านปะอว	4.62	.560	มากที่สุด
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม ของชาวบ้านปะอว	4.64	.521	มากที่สุด
3.การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวบ้าน ปะอว	4.62	.609	มากที่สุด
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่าง วัฒนธรรมได้รู้จัก	4.51	.678	มากที่สุด
5.ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้อง กับชาวบ้านปะอว เช่น การพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	4.52	.604	มากที่สุด
รวม	4.58	0.59	มากที่สุด
มูลค่าของผลิตภัณฑ์			
1.เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ กิจกรรมบ้านพักสัมผัส วิถีวัฒนธรรม	4.05	.911	มาก
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้า ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น	4.39	.611	มากที่สุด
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง	3.83	.795	มาก
4.ความสะดวกของที่พัก จำนวน ราคา ความ ปลอดภัย ความสะดวก ความสะดวก....	3.81	.814	มาก
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์	3.87	.848	มาก
6.ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัย ในบ้านปะอว	3.93	.730	มาก
รวม	3.98	0.78	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องาน
หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอว จังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในคุณค่า
ของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 รองลงมาคือความพึงพอใจในลักษณะ
ของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 และระดับความพึงพอใจในมูลค่าของ
ผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98

2) งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์

ตารางที่ 15 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
● หญิง	76	71.0
● ชาย	31	29.0
รวม	107	100

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตารางที่ 16 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 19 ปี	11	10.3
● 19 – 25 ปี	29	27.1
● 26 – 32 ปี	19	17.8
● 33 – 39 ปี	21	19.6
● 40 – 46 ปี	18	16.8
● 47 – 53 ปี	3	2.8
● มากกว่า 53 ปี	6	5.6
รวม	107	100

ตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.6 และอายุ 26 – 32 ปีคิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
● มัธยมศึกษา	27	25.2
● อนุปริญญา	5	4.7
● ปริญญาตรี	43	40.2
● สูงกว่าปริญญาตรี	32	29.9
รวม	107	100

ตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.9 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
● นักเรียน/นักศึกษา	41	38.3
● ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	35	32.7
● พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	12	11.2
● ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19	17.8
รวม	107	100

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.7 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	9.3
● 5,001 – 10,000 บาท	39	36.4
● 10,001 – 15,000 บาท	10	9.3
● 15,001 – 20,000 บาท	13	12.1
● 20,001 – 25,000 บาท	8	7.5
● 25,001 – 30,000 บาท	15	14.0
● 30,001 – 35,000 บาท	7	6.5
● 35,000 – 40,000 บาท	3	2.8
● มากกว่า 40,000 บาท	2	1.9
รวม	107	100

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
● จังหวัดอุบลราชธานี	24	22.4
● จังหวัดศรีสะเกษ	4	3.7
● จังหวัดกรุงเทพมหานคร	14	13.1
● จังหวัดสุรินทร์	49	45.8
● จังหวัดอำนาจเจริญ	9	8.4
● จังหวัดมุกดาหาร	4	3.7
● จังหวัดยโสธร	3	2.8
รวม	107	100

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเที่ยวชมเป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
● ครั้งแรก	34	31.8
● ครั้งที่สอง	35	32.7
● ครั้งที่สาม	21	19.6
● ทุกปี	17	15.9
รวม	107	100

ตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ มาครั้งที่3 คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวนร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ของนักท่องเที่ยว

ท่านรู้จักบ้านท่าสว่างจากช่องทางใด	จำนวน	ร้อยละ
● เว็บไซต์	6	5.6
● คนรู้จัก	101	94.4
รวม	107	100

ตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
● เพื่อศึกษาดูงาน	53	49.5
● เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือของฝาก	44	41.1
● ตามโปรแกรมนำเที่ยว	10	9.3
รวม	107	100

ตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 41.1 และ ตามโปรแกรมรายการนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวนร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่างของนักท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
● รถส่วนบุคคล	60	56.1
● รถเช่า	37	34.6
● รถบริษัทนำเที่ยว	10	9.3
รวม	107	100

ตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางของผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาคือรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 34.6 และรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง

ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
● ครอบครัว	25	23.4
● เพื่อน	79	73.8
● มาคนเดียว	3	2.8
รวม	107	100

ตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.4 และมาผู้เดียว คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 จำนวนร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์บ้านท่าสว่าง

ท่านมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใดของบ้านท่าสว่าง	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ผืนผ้า)	9	8.4
● ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง)	61	57.0
● การเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม	15	14.0
● ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย)	20	18.7
● อื่นๆ	2	1.9
รวม	107	100

ตารางที่ 26 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานงานหัตถกรรมทอผ้าไหม หัตถกรรมทอผ้าไหม ณ บ้านท่าสว่าง ส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง) คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย) คิดเป็นร้อยละ 18.7 และการเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 จำนวนร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์บ้านท่าสว่าง

ท่านมีค่าใช้จ่ายใดบ้างในการมาเที่ยวบ้านท่าสว่าง	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	24	22.4
● ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ	56	52.3
● ค่าที่พัก	4	3.7
● ค่าอาหาร	7	6.5
● ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	16	15.0
รวม	107	100

ตารางที่ 27 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทอผ้าไหม ณ บ้านท่าสว่าง คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 22.4 และค่าใช้จ่ายใน ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

จากตารางที่ 15-27 ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.6 และอายุ 26 – 32 ปีคิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.9 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.2 ประกอบอาชีพ เป็นนักเรียน /นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.7 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17 มีรายระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 13.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งที่สอง คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ มาครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 19.6 และรู้จักผ้าไหม บ้านท่าสว่างจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 5.6 วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คือเพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 41.1 และ ตามโปรแกรมรายการ

นำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเดินทางมาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาคือรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 34.6 และรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.3 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.4 และมาผู้เดียว คิดเป็นร้อยละ 2.8 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งาน หัตถกรรม ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง) คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย) คิดเป็นร้อยละ 18.7 และการเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 4.5 ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว จะอยู่ที่ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมทอผ้าไหม ณ บ้านท่าสว่าง คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 22.4 และค่าใช้จ่ายใน ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 28 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานงานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับความ พึงพอใจ
ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
1. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ผืนผ้า)	4.54	.537	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง)	4.45	.618	มากที่สุด
3. การเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม	4.54	.537	มากที่สุด

4. ผลิตรัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมก เนท/ กระสวย)	4.26	.731	มากที่สุด
5. กิจกรรมบ้านพักสัมพัสวิถีวัฒนธรรม	4.08	.826	มาก
รวม	4.37	0.64	มากที่สุด
คุณค่าของผลิตรัณฑ์			
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านท่าสว่าง	4.40	.738	มากที่สุด
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทาง วัฒนธรรมของชาวบ้านท่าสว่าง	4.47	.555	มากที่สุด
3.การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของ ชาวบ้านท่าสว่าง	4.43	.601	มากที่สุด
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คน ต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก	4.35	.688	มากที่สุด
5.ก่อให้เกิดผลิตรัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่ เกี่ยวข้องกับชาวบ้านท่าสว่าง เช่น การพัฒนา รูปแบบผลิตรัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมพัสวิถี วัฒนธรรม	4.37	.591	มากที่สุด
รวม	4.40	0.63	มากที่สุด
มูลค่าของผลิตรัณฑ์			
1.เกิดผลิตรัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตรัณฑ์ของที่ระลึก/ กิจกรรมบ้านพัก สัมพัสวิถีวัฒนธรรม	4.37	.591	มากที่สุด
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้า ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น	4.32	.507	มากที่สุด
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง	4.16	.569	มาก
4.ความสะดวกของที่พักรัณฑ์ จำนวน ราคา ความ ปลอดภัย ความสะดวก ความสะอาด....	4.04	.658	มาก
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์	3.93	.736	มาก
6.ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความ ปลอดภัยในบ้านท่าสว่าง	4.15	.641	มาก
รวม	4.16	0.61	มาก

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 รองลงมาคือความพึงพอใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 และระดับความพึงพอใจในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16

3) งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา
ตารางที่ 29 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
● หญิง	58	53.7
● ชาย	50	46.3
รวม	108	100

ตารางที่29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.7 มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.3

ตารางที่30 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 19 ปี	10	9.2
● 19 – 25 ปี	13	12.0
● 26 – 32 ปี	16	14.8
● 33 – 39 ปี	18	16.2
● 40 – 46 ปี	31	28.7
● 47 – 53 ปี	9	8.4
● มากกว่า 53 ปี	11	10.2
รวม	108	100

ตารางที่30 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มีอายุ 40-46 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.2 และอายุ 26 – 32 ปีคิดเป็นร้อยละ14.8 ตามลำดับ

ตารางที่31 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
● ประถมศึกษา	7	6.3
● มัธยมศึกษา	15	13.5
● อนุปริญญา	47	43.5
● ปริญญาตรี	26	24.2
● สูงกว่าปริญญาตรี	13	11.7
รวม	108	100

ตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.2 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตารางที่32 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
● นักเรียน/นักศึกษา	13	12.0
● ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	36	32.4
● พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	20	18.5
● ประกอบธุรกิจส่วนตัว	39	36.2
รวม	108	100

ตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.4 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่33 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
● 5,000 – 10,000 บาท	9	8.3
● 10,001 – 15,000 บาท	17	15.7
● 15,001 – 20,000 บาท	20	18.5
● 20,001 – 25,000 บาท	5	4.6
● 25,001 – 30,000 บาท	45	40.5

● 30,001 – 35,000 บาท	4	3.7
● 35,000 – 40,000 บาท	4	3.7
● มากกว่า 40,000 บาท	4	3.7
รวม	108	100

ตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
● จังหวัดอุบลราชธานี	4	3.7
● จังหวัดศรีสะเกษ	1	0.9
● จังหวัดกรุงเทพมหานคร	8	7.4
● จังหวัดสุรินทร์	2	1.8
● จังหวัดนครราชสีมา	39	29.6
● จังหวัดชัยภูมิ	19	17.6
● จังหวัดขอนแก่น	14	13.0
● จังหวัดร้อยเอ็ด	4	3.7
● จังหวัดนครพนม	3	2.8
● จังหวัดอุดรธานี	1	0.9
● จังหวัดระยอง	2	1.8
● จังหวัดกระบี่	1	0.9
● จังหวัดจันทบุรี	4	3.7
● จังหวัดชลบุรี	4	3.7
● จังหวัดภูเก็ต	1	0.9
● จังหวัดตรัง	1	0.9
รวม	108	100

ตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ จังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 จำนวนร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเที่ยวชมบ้านด่านเกวียนเป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
● ครั้งแรก	13	12.0
● ครั้งที่สอง	11	10.2
● ครั้งที่สาม	32	29.6
● ทุกปี	52	48.1
รวม	108	100

ตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ มาเที่ยวชมงานเที่ยวชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่เดินทางมาทุกปี คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ มาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 12.0ตามลำดับ

ตารางที่ 36 จำนวนร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ของนักท่องเที่ยว

ท่านรู้จักบ้านด่านเกวียนจากช่องทางใด	จำนวน	ร้อยละ
● โทรศัพท์	7	6.5
● ไปสเตอร์	2	1.9
● เว็บไซต์	19	17.6
● บริษัทนำเที่ยว	2	1.9
● คนรู้จัก	78	72.2
รวม	108	100

ตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานงาน หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานงานหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
● เพื่อศึกษาดูงาน	14	13.0
● เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือของฝาก	80	74.1
● ตามโปรแกรมนำเที่ยว	4	2.9
● เพื่อพักผ่อน	10	9.0
รวม	108	100

ตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเยี่ยมชมงานงานหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 74.1
รองลงมาคือ ศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 จำนวนร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานงานหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ของนักท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
● รถส่วนบุคคล	85	78.7
● รถเช่า	14	13.1
● รถบริษัทนำเที่ยว	9	8.4
รวม	108	100

ตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางของผู้ที่มาเยี่ยมชมงานงานหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาคือ
รถเช่า คิดเป็นร้อยละ 13.1 และรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน

ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
● ผู้เดียว	3	2.8
● ครอบครัว	56	51.9
● เพื่อน	34	31.5
● มากับบริษัทนำเที่ยว	15	13.9
รวม	108	100

ตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อชมงานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่มา กับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมากับบริษัทนำเที่ยวอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 จำนวนร้อยละของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์งานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน

ท่านมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใด	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย)	81	75.9
● การเยี่ยมชมโรงผลิตงานหัตถกรรมปั้นดินเผา	7	6.3
● ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนต)	17	15.3
● กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	3	2.7
รวม	108	100

ตารางที่ 40 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วนใหญ่คือผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน / ของใช้สอย) คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนต) คิดเป็นร้อยละ 15.3 และการเยี่ยมชมโรงผลิตงานหัตถกรรมปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 จำนวนร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน

ท่านมีค่าใช้จ่ายใดบ้างในการมาเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย)	79	73.1
● ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวง กุญแจ/ แมกเนท)	15	13.9
● ค่าอาหาร	7	6.5
● ค่าพาหนะ	2	1.9
● ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	5	4.6
รวม	108	100

ตารางที่ 41 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานงาน
หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน ส่วน ใหญ่มีค่าใช้จ่ายในด้านผลิตภัณฑ์ดินเผาใน
รูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน / ของใช้สอย) คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่
ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท) คิดเป็นร้อยละ 13.9 และค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็น
ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

จากตารางที่ 29- 41 ทำให้ทราบว่า ผู้ที่มาร่วมชมงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้าน
ด่านเกวียน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.7 มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.3 มี
อายุระหว่าง 40-46 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 33 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.2 และ
อายุ 26 – 32 ปีคิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ การศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 43.5
รองลงมาคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.2 และมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.5 ประกอบ
อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือข้าราชการ /พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ
32.4 และพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท
คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ 10,001 –
15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 29.6
รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ จังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 13.0 ส่วน
ใหญ่เดินทางมาทุกปี คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ มา
เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 12.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบ้านด่าน
เกวียนจากคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ โทรทัศน์

คิดเป็นร้อยละ 6.5 วัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเที่ยวชมงานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่าน
เกวียน ส่วนใหญ่เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ หรือของฝาก คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาคือ ศึกษาดูงาน คิด
เป็นร้อยละ 13.0 และ เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 9.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถ
ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาคือรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 13.1 และรถบริษัทนำเที่ยว
คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับตารางที่ 39 และเดินทาง มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.9
รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมากับบริษัทนำเที่ยว อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.9
นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน / ของใช้สอย)
คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท) คิดเป็นร้อยละ
15.3 และการเยี่ยมชมโรงงานหัตถกรรมปั้น ดินเผา คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ และมี
ค่าใช้จ่ายหลักในด้านผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย) คิดเป็นร้อย
ละ 73.1 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท) คิดเป็นร้อยละ 13.9 และ
ค่าใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร คิดเป็นร้อยละ 6.5

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 42 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับ ความพึง พอใจ
ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
1. ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ของใช้สอย)	4.56	.646	มากที่สุด
2. การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์	4.16	.987	มาก
3. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)	4.32	.695	มากที่สุด
4. กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	4.08	1.051	มาก
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	4.56	.674	มากที่สุด
รวม	4.33	0.80	มากที่สุด
คุณค่าของผลิตภัณฑ์			
1. สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านด่านเกวียน	4.69	.606	มากที่สุด
2. ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านด่านเกวียน	4.62	.622	มากที่สุด
3. การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวบ้านด่านเกวียน	4.65	.601	มากที่สุด
4. ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก	4.63	.620	มากที่สุด
5. ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านด่านเกวียน เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	4.62	.637	มากที่สุด
รวม	4.64	0.61	มากที่สุด
มูลค่าของผลิตภัณฑ์			
1. เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม	4.58	.643	มากที่สุด
2. เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น	4.49	.677	มากที่สุด

3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง	4.26	.766	มากที่สุด
4.ความสะดวกของที่พักรับ จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก สะอาด	4.31	.622	มากที่สุด
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์	4.34	.644	มากที่สุด
6.ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในบ้าน ด้านเกรียน	4.29	.684	มากที่สุด
รวม	4.37	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องาน
 ทัศนกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกรียน จังหวัดนครราชสีมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจใน
 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 รองลงมาคือความพึงพอใจใน
 มูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 และระดับความพึงพอใจใน
 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33

ข.รูปแบบภูมิปัญญาด้านงานประเพณี

1) งานประเพณีแซนโฎนตา อำเภอชุมพวง จังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 43 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
● ชาย	48	40.0
● หญิง	72	60.0
รวม	120	100

ตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาร่วมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60 มากกว่าเพศชาย ที่คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 44 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 20 ปี	32	26.7
● 20 – 30 ปี	37	30.8
● 31 – 40 ปี	27	22.5
● 41 – 50 ปี	11	9.20
● 51 – 60 ปี	8	6.60
● 61 ปีขึ้นไป	5	4.20
รวม	120	100

ตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาร่วมงานประเพณีแซน โฎนตา ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5ตามลำดับ

ตารางที่ 45 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
● ประถมศึกษา	12	10.0
● มัธยมศึกษาตอนต้น	18	15.0
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	25	20.8
● อนุปริญญา (ปวส.)	4	3.30
● ปริญญาตรี	54	45.0

● สูงกว่าปริญญาตรี	5	4.20
● อื่นๆ	2	1.70
รวม	120	100

ตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
● นักเรียน / นักศึกษา	49	40.8
● ข้าราชการ	12	10.0
● ประกอบธุรกิจส่วนตัว	20	16.7
● รับจ้างทั่วไป	14	11.7
● พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	5	4.20
● เกษตรกร	13	10.8
● อื่นๆ	7	5.8
รวม	120	100

ตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 5,000 บาท	39	32.5
● 5,001 – 10,000 บาท	36	30.0
● 10,001 – 15,000 บาท	21	17.5
● 15,001 บาท ขึ้นไป	24	20.0
รวม	120	100

ตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
● จังหวัดศรีสะเกษ	87	72.5
● จังหวัดอื่นๆ	33	27.5
รวม	120	100

ตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฌนตา ส่วนใหญ่มีภูมิภาคอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ จังหวัด อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27.5

ตารางที่ 49 จำนวนร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเที่ยวชมบ้านปะอาวเป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
● ครั้งแรก	67	55.8
● ครั้งที่สอง	18	15.0
● ครั้งที่สาม	17	14.2
● มากกว่าสามครั้ง	18	15.0
รวม	120	100

ตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฌนตา ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ มาครั้งที่สอง และมามากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ มาเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 จำนวนร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานประเพณีแซนโฌนตา ของนักท่องเที่ยว

ท่านรู้จักงานประเพณีจากช่องทางใด	จำนวน	ร้อยละ
● โทรทัศน์	30	15.9
● วิทยุ	17	9.0
● โปสเตอร์	34	18.0
● เว็บไซต์	14	7.4
● บริษัทนำเที่ยว	2	1.1
● คนรู้จัก	78	41.3
● อื่นๆ	14	9.0
รวม	120	100

ตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานประเพณีแซนโฎนตา ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
● เพื่อศึกษาดูงาน	42	30.2
● เพื่อพักผ่อน	51	36.7
● เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก	39	28.1
● ตามโปรแกรมนำเที่ยว	7	5.0
รวม	120	100

ตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 28.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 จำนวนร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานประเพณีแซนโฎนตา ของนักท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
● รถส่วนบุคคล	97	80.8
● รถเช่า	6	5.0
● รถบริษัทนำเที่ยว	2	1.7
● อื่นๆ	15	12.5
รวม	120	100

ตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางของผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีแซนโฎนตา ส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานประเพณี
แซนโฌนตา

ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
● คนเดียว	8	6.7
● ครอบครัว	58	48.3
● เพื่อน	40	33.3
● มากับบริษัทนำเที่ยว	4	3.3
● อื่นๆ	10	8.3
รวม	120	100

ตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีแซนโฌนตา ส่วนใหญ่มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 จำนวนร้อยละของความพึงพอใจใน งานประเพณีแซนโฌนตา

ท่านมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใดของงาน ประเพณีแซนโฌนตา	จำนวน	ร้อยละ
● ประกวดกล้วยงามเมืองขุขันธ์	68	16.4
● ขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน	102	24.6
● ขบวนเซ่นไหว้บรรพบุรุษ	84	20.2
● กิจกรรมสาธิตการทำข้าวต้ม	41	9.9
● การออกร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ ของฝาก	47	11.3
● การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง	73	17.6
รวม	120	100

ตารางที่ 54 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประเพณีแซนโฌนตา ส่วนใหญ่คือ ขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาคือ ขบวนเซ่นไหว้บรรพบุรุษ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 จำนวนร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานประเพณี แชนโฌนตา

ท่านมีค่าใช้จ่ายใดบ้างในการมา	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP	27	22.5
● ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำหว่า	5	4.2
● ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าทอมือ	2	1.7
● ค่าที่พัก	4	3.3
● ค่ายานพาหนะ	9	7.5
● ค่าอาหาร	32	26.7
● ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	41	34.2
รวม	120	100

ตารางที่ 55 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานประเพณี แชนโฌนตา ส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOPT คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

จากตารางที่ 43-55 ทำให้ทราบว่า ผู้ที่มาร่วมงานประเพณีแชนโฌนตา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60 มากกว่าเพศชาย ที่คิดเป็นร้อยละ 40 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.7 และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ จังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยมาร่วมงานนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ มาครั้งที่สอง และมากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ มาเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 14.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักงานประเพณีนี้จาก คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 15.9 วัตถุประสงค์ที่มาร่วมงานประเพณีแชนโฌนตา คือเพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และ เพื่อ

ข้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 28.1 พาหนะที่เดินทางมา ส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ และเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ ขบวนแห่งวัฒนธรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาคือ ขบวนเช่นไหว้บรรพบุรุษ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายหลักของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.7 และค่าใช้จ่ายในส่วนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 56 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่องานประเพณีแซนโฌนตา

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับความ พึงพอใจ
ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
1. ขบวนแห่งวัฒนธรรมพื้นบ้าน	4.51	0.66	มากที่สุด
2. พิธีกรรมเช่นไหว้บรรพบุรุษ	4.48	0.69	มากที่สุด
3. กิจกรรมเพื่อความบันเทิงในงาน	4.19	0.79	มาก
4. การออกร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก	4.13	0.76	มาก

5. ประกวดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การ ประกวดกล้วยงามเมืองขุขันธ์	4.27	0.84	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของเวลาที่จัดงาน	4.13	0.90	มาก
รวม	4.28	0.77	มากที่สุด
คุณค่าของผลิตภัณฑ์			
1. สะท้อนเอกลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายเขมร	4.68	0.59	มากที่สุด
2. ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทาง วัฒนธรรมของอำเภอขุขันธ์/ จังหวัดศรีสะเกษ	4.66	0.63	มากที่สุด
3. การอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี	4.68	0.54	มากที่สุด
4. ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คน ต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก	4.60	0.63	มากที่สุด
5. ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ท้องถิ่น เช่น การประกวดขบวนแห่ทาง วัฒนธรรม เช่น การประกวดกล้วยงามเมืองขุ ขันธ์	4.50	0.74	มากที่สุด
รวม	4.62	0.62	มากที่สุด
มูลค่าของผลิตภัณฑ์			
1. เกิดกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น การ ประกวดขบวนแห่ทางวัฒนธรรม เช่น การ ประกวดกล้วยงามเมืองขุขันธ์	4.34	0.69	มากที่สุด
2. เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้า ท้องถิ่น	4.30	0.79	มากที่สุด
3. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง	3.85	1.01	มาก
4. ความสะดวกของที่พักรับ จำนวน ราคา ความ ปลอดภัย ความสะดวก ความสะอาด	3.77	1.02	มาก
5. ความพร้อมของสาธารณูปโภคโภค และสิ่ง อำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์	3.77	1.00	มาก
6. ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความ ปลอดภัยในงานประเพณี ประเพณีแซนโฌนตา	4.07	0.91	มาก
รวม	4.01	0.90	มาก

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประเพณีแซนโฌนตา อำเภอบุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 รองลงมาคือความพึงพอใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 และระดับความพึงพอใจในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01

2) งานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ
ตารางที่ 57 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
● ชาย	49	48.8
● หญิง	71	59.2
รวม	120	100

ตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาร่วมงานประเพณีบุญคุณลาน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.2 มากกว่าเพศชาย ที่คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 58 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 20 ปี	17	14.2
● 20 – 30 ปี	42	35.0
● 31 – 40 ปี	22	18.3
● 41 – 50 ปี	25	20.8
● 51 – 60 ปี	11	9.2
● 61 ปีขึ้นไป	3	2.5
รวม	120	100

ตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาร่วมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
● ประถมศึกษา	15	12.5
● มัธยมศึกษาตอนต้น	9	7.5
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	14	11.5
● อนุปริญญา (ปวส.)	10	8.3
● ปริญญาตรี	67	55.8
● สูงกว่าปริญญาตรี	5	4.2
รวม	120	100

ตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
● นักเรียน / นักศึกษา	48	40.0
● ข้าราชการ	10	8.3
● ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4	3.3
● รับจ้างทั่วไป	13	10.8
● พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	7	5.8
● เกษตรกร	38	31.7
รวม	120	100

ตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 31.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
● ต่ำกว่า 5,000 บาท	58	48.3
● 5,001 – 10,000 บาท	37	30.8
● 10,001 – 15,000 บาท	15	12.5
● 15,001 บาท ขึ้นไป	10	8.3
รวม	120	100

ตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ 10,001 – 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
● จังหวัดอำนาจเจริญ	69	57.5
● จังหวัดนครราชสีมา	1	0.8
● จังหวัดร้อยเอ็ด	2	1.7
● จังหวัดอุบลราชธานี	25	20.8
● จังหวัดยโสธร	13	10.8
● จังหวัดศรีสะเกษ	10	8.3
รวม	120	100

ตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอำนาจเจริญ คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และจังหวัดยโสธร คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 จำนวนร้อยละของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ท่านเที่ยวชมงานบุญคุณลานเป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
● ครั้งแรก	20	16.7
● ครั้งที่สอง	11	9.2
● ครั้งที่สาม	16	13.3
● มากกว่าสามครั้ง	73	60.8
รวม	120	100

ตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่เดินทางมาก กว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 จำนวนร้อยละของช่องทางการรับรู้ข้อมูลงานบุญคุณลาน ของนักท่องเที่ยว

ท่านรู้จักงานประเพณีบุญคุณลานจากช่องทางใด	จำนวน	ร้อยละ
● โทรทัศน์	9	7.5
● วิทย์	21	17.5
● โปสเตอร์	19	15.8
● เว็บไซต์	13	10.8
● คนรู้จัก	55	45.8
● อื่นๆ	3	2.5
รวม	120	100

ตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ วิทย์ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานประเพณีบุญคุณลาน ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
● เพื่อศึกษาดูงาน	33	27.5
● เพื่อพักผ่อน	35	29.2
● เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก	31	25.8
● ตามโปรแกรมนำเที่ยว	6	5.0
● อื่นๆ	15	12.5
รวม	120	100

ตารางที่ 65 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 จำนวนร้อยละของพาหนะในการเดินทางมาเยี่ยมชมงานบุญคุณลาน ของนักท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
● รถส่วนบุคคล	68	56.7
● รถเช่า	26	21.7
● รถบริษัทนำเที่ยว	9	7.5
● อื่นๆ	17	14.2
รวม	120	100

ตารางที่ 66 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางของผู้ที่มาเที่ยวชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มาโดยรถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือมาโดยรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 21.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานบุญคุณลาน

ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
● คนเดียว	18	15.0
● ครอบครัว	45	37.5
● เพื่อน	43	35.8
● มากับบริษัทนำเที่ยว	5	4.2
● อื่นๆ	9	7.5
รวม	120	100

ตารางที่ 67 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 จำนวนร้อยละของความพึงพอใจในงานประเพณีบุญคุณลาน

ท่านมีความพึงพอใจกิจกรรมใดของงานประเพณีบุญคุณลาน	จำนวน	ร้อยละ
● กิจกรรมสู่ขวัญข้าว	30	25.0
● กิจกรรมทายกน้อย	8	6.7
● กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว	19	15.8
● กิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง	25	20.8
● ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาจ	29	24.2
● การออกร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	9	7.5
รวม	120	100

ตารางที่ 68 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่คือ กิจกรรมสู่ขวัญข้าว คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาจ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และกิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 จำนวนร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมงานประเพณีบุญคุณลาน

ท่านมีค่าใช้จ่ายใดบ้างในการมา	จำนวน	ร้อยละ
● ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP	13	10.8
● ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว	3	2.5
● ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม / ผ้าทอมือ	22	18.3
● ค่าที่พัก	5	4.2
● ค่าพาหนะ	32	26.7
● ค่าอาหาร	27	22.5
● ผลิตภัณฑ์อื่นๆ.....	18	15.0
รวม	120	100

ตารางที่ 69 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์งานประเพณีบุญคุณลาน ส่วนใหญ่คือค่าพาหนะคิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ ค่าอาหาร 22.5 คิดเป็นร้อยละ และค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 57-69 ทำให้ทราบว่าผู้ที่มาเยี่ยมชมงานประเพณีบุญคุณลาน เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59.2 มากกว่าเพศชาย ที่คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมีธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 31.7 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ 10,001 – 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดอำนาจเจริญ คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 20.8 และจังหวัดยโสธร คิดเป็นร้อยละ 10.8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางชมงานประเพณีนี้มากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเป็นครั้งที่สาม คิดเป็นร้อยละ 13.3 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักงานประเพณีนี้จากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยมาเพื่อพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ / ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 25.8 พาหนะที่ใช้คือ รถส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 56.7

รองลงมาคือมาโดยรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 21.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.2 โดยมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 15.0ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน กิจกรรมสู่ขวัญข้าว คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาจ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และกิจกรรมประกวดการ แสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และค่าใช้จ่ายหลักของนักท่องเที่ยวคือ ค่า พานหะ(น้ำมันเชื้อเพลิง) คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ ค่าอาหาร 22.5 คิดเป็นร้อยละ และ ค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ18.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 70 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับ ความพึงพอใจต่องานประเพณีบุญ คุณลาน

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับความพึง พอใจ
ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
กิจกรรมสู่ขวัญข้าว	4.35	0.55	มากที่สุด
กิจกรรมทายน้อย	3.93	0.76	มาก
กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว	4.14	0.80	มาก
กิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรม	4.44	0.63	มากที่สุด

พื้นเมือง				
ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาจ	4.44	0.63	มากที่สุด	
การออกร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	3.93	0.99	มาก	
รวม	4.20	0.72	มาก	
คุณค่าของผลิตภัณฑ์				
สะท้อนเอกลักษณ์ของคนลื้ออานาจ	4.56	0.59	มากที่สุด	
ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวลื้ออานาจ	4.61	0.56	มากที่สุด	
การอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี	4.56	0.73	มากที่สุด	
ก่อให้เกิดการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก	4.51	0.67	มากที่สุด	
ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีท้องถิ่น เช่น การประกวดขบวนแห่ทางวัฒนธรรม การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว กิจกรรมทายน้อย	4.28	0.85	มากที่สุด	
รวม	4.50	0.68	มากที่สุด	
มูลค่าของผลิตภัณฑ์				
เกิดกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว	4.19	0.72	มาก	
เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่น	4.29	0.85	มากที่สุด	
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง	4.56	0.73	มากที่สุด	
ความสะดวกของที่พักร (ความสะดวก/ จำนวนที่พัก /ราคา/ ความปลอดภัย/ ความสะอาด)	3.96	0.97	มาก	
ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์	3.93	1.01	มาก	
ความรู้สึกลปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในงานประเพณีบุญคูณลาน	3.29	1.14	มาก	
รวม	4.03	0.90	มาก	

จากตารางที่ 70 แสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องาน ประเพณีบุญคุณลาน จังหวัด อำนาจเจริญ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 รองลงมาคือความพึงพอใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 และระดับความพึงพอใจในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

ตารางที่ 71 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรม

ประเด็น	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับ ความพึง พอใจ
ศักยภาพ ของผลิตภัณฑ์	งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะ อาว	4.19	0.72	มาก
	งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่า สว่าง	4.37	0.64	มากที่สุด
	งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	4.33	0.80	มากที่สุด
คุณค่า ของผลิตภัณฑ์	งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะ อาว	4.58	0.59	มากที่สุด
	งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่า สว่าง	4.40	0.63	มากที่สุด
	งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	4.64	0.61	มากที่สุด
มูลค่า ของผลิตภัณฑ์	งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะ อาว	3.98	0.78	มาก
	งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่า สว่าง	4.16	0.61	มาก
	งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	4.37	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 71 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนเกี่ยวกับ ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรมทั้ง 3 พื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียนในระดับ มากที่สุดทั้งในด้านศักยภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.33 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ 4.64 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์

4.37 รองลงมาคืองานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่างในระดับมากที่สุดด้านศักยภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.37 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.16 และงานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.19 คุณค่าของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.58 และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 72 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี

ประเด็น	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD.	ระดับ ความพึง พอใจ
ศักยภาพ ของผลิตภัณฑ์	งานประเพณีแซนโฎนตา จังหวัดศรีสะเกษ	4.28	0.77	มากที่สุด
	งานประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ	4.20	0.72	มาก
	งานประเพณีแซนโฎนตา จังหวัดศรีสะเกษ	4.62	0.62	มากที่สุด
คุณค่า ของผลิตภัณฑ์	งานประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ	4.50	0.68	มากที่สุด
	งานประเพณีแซนโฎนตา จังหวัดศรีสะเกษ	4.01	0.90	มาก
มูลค่า ของผลิตภัณฑ์	งานประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ	4.03	0.90	มาก

จากตารางที่ 72 แสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนเกี่ยวกับ ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานงานประเพณี ใน 2 พื้นที่ โดยศักยภาพ และคุณค่าของงานประเพณีแซนโฎนตา อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.62 แต่มูลค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนงานประเพณีงาน ประเพณีบุญคุณลาน ศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.20 และ 4.03 ส่วนคุณค่าของผลิตภัณฑ์จะอยู่ที่ระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.50

4.1.2. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และมีส่วนร่วม สะท้อนให้เห็นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 พื้นที่ศึกษา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในการศึกษาค้างนี้มีลักษณะร่วมและแตกต่างกัน ฉะนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการศึกษามากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงจำแนกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในการศึกษาค้างนี้ออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรม (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / และงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา) และอีกประเภทคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี (งานประเพณีแซนโหม่ง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา และงานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ) ซึ่งจะปรากฏรายละเอียดดังนี้

ก. รูปแบบภูมิปัญญาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานหัตถกรรม

ตารางที่ 73 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอว

	ด้านศักยภาพ			
	การอนุรักษ์	การผลิต	การสื่อสาร	การตลาด
หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอว	- กรรมวิธีการผลิตและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตแบบดั้งเดิม -รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะของบ้านปะอว เช่น ชุดเขียนหมาก ชันน้ำ พร้อมพานรอง ลูกกระพรวนขนาดต่างๆ หรือแม้กระทั่งกระดิ่ง -ช่างทองเหลืองที่มีความรักและสืบทอดในภูมิปัญญาดั้งเดิมมาจากบรรพบุรุษ	-เนื่องจากอายุการใช้งานของอุปกรณ์ส่งผลให้การผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์ทองเหลืองไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เตาหลอมที่เผาเข้าเดิมเผาจำนวน 100 ลูกได้ 100 ลูก แต่ปัจจุบันเผาจำนวน 100 ลูกเช่นกันแต่ได้เพียงครึ่งเดียว ส่งผลกระทบต่อการส่งงานตามการสั่งซื้อ -วัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่	-งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอวมีช่องทางการสื่อสารหลัก คือ ผ่านเว็บไซต์ของ อบต .ปะอว กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของททท . และลงในยูทูบ	-ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นการจัดจำหน่ายตามการสั่งซื้อจากทั้งในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และต่างพื้นที่ เช่นภาคต่างๆ -ตลาดส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอวจะเป็นวัด ของตกแต่งบ้านหรือชิ้นส่วน

		จัดซื้อจากนอกพื้นที่ -งบประมาณในการจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิต ค่อนข้างสูง -สภาพอากาศเป็นปัจจัยหลักในการผลิตงาน หากสภาพอากาศไม่ดีส่งผลต่อการจัดส่งงานล่าช้า		ประกอบการตกแต่งเสื้อผ้าพื้นเมือง
	ด้านคุณค่า			
	ต้นตำรับ	การสร้างสรรค์	ความร่วมมือ	ความพึงพอใจ
หัตถกรรม ทองเหลือง บ้านปะอาว	-งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาวมีกรรมวิธีการผลิต และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตที่ยังเป็นแบบดั้งเดิม -ช่างทองเหลืองที่สามารถผลิตชิ้นงานได้ต้องมี ความอดทน มีทักษะความชำนาญเฉพาะด้าน	-ช่างทองเหลืองมีความพยายามที่จะประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น ตึกตาตั้ง โซวเครื่องประดับ แต่เนื่องจากยังขาดความรู้และทักษะที่ต่อยอดจากการผลิตงานเดิม อีกทั้งเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตอาจไม่เอื้อต่อการผลิตงานเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในปัจจุบัน	-งานหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว ในปัจจุบันที่รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทั้งในประ โยชนใช้สอยและตัวชิ้นงาน	ผู้ผลิตมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง และพยายามอนุรักษ์และสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

	ด้านมูลค่า			
	การลดต้นทุน	การส่งออก	OTOP	กิจกรรมใหม่
หัตถกรรม ทองเหลือง บ้านปะอาว	-เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ ทองเหลือง บ้าน ปะอาวผลิตขึ้นงาน ตามการสั่งซื้อของ ลูกค้า ทำให้ บางครั้งหากมี ลูกค้าชาจรมาจะ ไม่ได้เห็นของจริง บางชิ้นเนื่องจาก ถูกจำหน่ายออกไป หมด	-ส่วนใหญ่เป็นการ สั่งซื้อ ภายในประเทศ มากกว่า ต่างประเทศ	- เข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริม ทางการตลาดที่ จัดโดยภาครัฐ แต่มีค่าใช้จ่าย มากกว่ารายรับ ที่ได้ทำให้ระยะ หลังไม่สะดวกที่ จะเข้าร่วม กิจกรรม ดังกล่าว	-มีการพัฒนา รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ให้มี ความ หลากหลายเพื่อ ตรงกับความต้องการของ ผู้บริโภค แต่ยัง ขาดในเรื่องของ ตลาด และ เรื่องราวที่ต้อง ผูกใส่ลงไป ในผลิตภัณฑ์ เพื่อ ทำให้ลูกค้าระลึก ถึงและจดจำใน ผลิตภัณฑ์ ของ บ้านปะอาว

ตารางที่ 74 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์

	ด้านศักยภาพ			
	การอนุรักษ์	การผลิต	การสื่อสาร	การตลาด
หัตถกรรมทอผ้า ไหม บ้านท่าสว่าง	-รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีความ หลากหลาย (ผ้า ไหมยกทองแบบ ราชสำนัก / ผ้าไหม ลายโบ ราณ / ผ้า มัดหมี่/ผ้ายกทอง/ ผ้ามัดประเพณี ตะกอ) -การรวมกลุ่มของ ช่างฝีมือที่มีความ	-กรรมวิธีกา ผลิต ที่ต้องอาศัย ระยะเวลา ความ อดทน และทักษะ ความชำนาญ เฉพาะด้านในการ ผลิต -สมาชิกกลุ่มเข้า ร่วมโครงการ	-ผ่านเว็บไซต์ของ อบต.ท่าสว่าง -เข้าร่วมกิจกรรม ส่งเสริมทางการ ตลาดโดยภาครัฐ	-มีตลาดที่ แน่นอน ทั้ง แบบขายส่ง และขายปลีก -เข้าร่วม กิจกรรมทาง ตลาดที่ หน่วยงาน ภาครัฐให้การ สนับสนุน

	เชี่ยวชาญเฉพาะ ด้าน เช่น สาวไหม พอกย้อม กรอไหม ม้วนหั่ว เก็บตะกอ การทอ -มีการเรียนการ สอนเกี่ยวกับ ขั้นตอนการผลิต ผ้าไหมตั้งแต่ ขั้นตอนแรกจนถึง ขั้นตอนสุดท้าย ให้กับนักเรียน	พัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ จัดโดย สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงาน ภาครัฐเพื่อนำ ความรู้ที่ได้รับมา พัฒนา -การผลิตผ้าไหมให้ มีคุณภาพมาก ยิ่งขึ้น		
	ด้านคุณค่า			
	ต้นตำรับ	การสร้างสรรค์	ความร่วมมือ	ความพึงพอใจ
หัตถกรรมทอผ้า ไหม บ้านท่าสว่าง	-รูปแบบการทอผ้า ไหมแบบราชสำนัก -ลวดลายผ้าไหม แบบโบราณที่ยังคง อนุรักษ์และสืบ ทอดเพื่อให้คง ความเป็นผ้าไหม บ้านท่าสว่าง -เรื่องราวที่ปรากฏ อยู่ในผ้าไหมแต่ละ ชิ้นถูกถ่ายทอด ตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น การ	- การพัฒนา ลักษณะเฉพาะ ของผิวสัมผัสของ ผ้าไหมท่าสว่าง “ผ้าไหมนุ่ม ” เป็น การคิดค้นขึ้นเอง จากกลุ่มแม่บ้าน	- การมัดย้อม และขึ้นลายตามที่ ลูกค้าสั่ง เช่น เป็น รูปทวง เป็น ประโยค หรือเป็น ชื่อคนซึ่งเป็นที่ ประทับใจแก่ ลูกค้ามากยิ่งขึ้น	ผู้ผลิตมีความ ภาคภูมิใจใน ภูมิปัญญา ท้องถิ่นของ ตนเอง และ พยายาม อนุรักษ์และ สร้างสรรค์ ผลงานของ ตนเองให้เป็น ที่รู้จัก อย่างเป็น แพร่หลาย

	ด้านมูลค่า			
	การลดต้นทุน	การส่งออก	OTOP	กิจกรรมใหม่
หัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง	-การมีเครือข่ายผู้ จัดจำหน่ายทั้งปลีก และส่งกระจาย ตามพื้นที่ต่างๆ - ภายในบ้านท่า สว่าง มีร้าน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมถาวร	-มีตัวแทนมารับ ซื้อและจำหน่าย จัด ส่งไปยัง ต่างประเทศ	-การเข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริม ทางการตลาดที่ จัดโดยภาครัฐ แต่มีค่าใช้จ่าย มากกว่ารายรับ ที่ได้ทำให้ระยะ หลังไม่สะดวกที่ จะเข้าร่วม กิจกรรม ดังกล่าว	-การแปรรูป ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ให้มีความ หลากหลายเพื่อ เอื้อกับประโยชน์ ใช้สอย เช่น

ตารางที่ 75 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน

	ด้านศักยภาพ			
	การอนุรักษ์	การผลิต	การสื่อสาร	การตลาด
หัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	-มีผู้ประกอบการที่ ยังคงเห็น ความสำคัญและ ยังคงอนุรักษ์ วิธีการและวัตถุดิบ ในการผลิต เครื่องปั้นดินเผา -มีการบรรจุ หลักสูตร เครื่องปั้นดินเผา ในโรงเรียนด่าน เกวียน และด่าน เกวียนวิทยา	โรงปั้นดินเผายัง ปรากฏเพียงไม่กี่ แห่งในพื้นที่ แรงงานคนยังเป็น หลักในการผลิต ผู้ประกอบการเข้า ร่วมกิจกรรม พัฒนารูปแบบการ ผลิตเครื่องปั้น ดิน เผาบ้านด่านเกวียนกับ สถาน ศึกษาเพื่อ	-ผ่านเว็บไซต์ของ กลุ่มเครื่อง ปั้นดิน เผา บ้านด่าน เกวียน -กิจกรรมส่งเสริม ทางการตลาดโดย ภาครัฐ	-มีตลาดที่ ชัดเจน แต่ขาด การรวมกลุ่ม ทำให้การทำ ตลาดภาพรวม ไม่มีความ ชัดเจน

		นำความรู้ที่ได้ มา ต่อยอดผลิตงานที่ มีคุณภาพมาก ยิ่งขึ้น		
	ด้านคุณค่า			
	ต้นตำรับ	การสร้างสรรค์	ความร่วมมือ	ความพึงพอใจ
หัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	- วัตถุดิบในการ ผลิต - กระบวนการผลิต เช่น ขั้นตอนการ เผาสุกที่มีที่ด้าน เกวียนที่เดียว - ผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพและ ลวดลายเฉพาะ ดั้งเดิม เช่น ลาย ลูกกลิ้ง	- การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีความ หลากหลายใน ประโยชน์ ใช้สอย มากยิ่งขึ้น ทั้งใน รูปแบบของ เครื่องประดับ ของ ตกแต่งบ้านและ สวน เครื่องใช้สอย เช่น ตุ๊กตา โคมไฟ อ่างน้ำพุ พวง กุญแจ	- มีแนวคิดในการ พัฒนารูปแบบ งานปั้นให้ไม่ เหมือนที่ใด เพื่อ สร้างความต่าง และมีเฉพาะที่ ด่านเกวียนที่เดียว เช่น การปั้นนกฮูก	ผู้ผลิตมีความ ภาคภูมิใจใน ภูมิปัญญา ท้องถิ่นของ ตนเอง และ พยายาม อนุรักษ์และ สร้างสรรค์ ผลงานของ ตนเองให้เป็นที่ รู้จักอย่าง แพร่หลาย
	ด้านมูลค่า			
	การลดต้นทุน	การส่งออก	OTOP	กิจกรรมใหม่
หัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน	- ลดกระบวนการ ผลิตบางขั้นตอนที่ ใช้วัตถุดิบ สิ้นเปลืองแต่ยัง คง คุณภาพ เครื่องปั้นดินเผา เช่นเดิม เพื่อผลิต สินค้าเฉพาะแบบ ในจำนวนจำกัด (Limited Edition) ซึ่งเป็นการลด ต้นทุนการผลิตและ	- มีตัวแทนมารับ ซื้อและจำหน่าย จัดส่งไปยัง ต่างประเทศ - มีตัวแทนจาก ต่างประเทศมาดูที่ ผลิตและสั่ง ผลิตภัณฑ์โดยตรง	- เข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริม ทางการตลาดที่ จัดโดยภาครัฐ แต่มีค่าใช้จ่าย มากกว่ารายรับ ที่ได้ บางครั้ง พบเจองาน ลอกเลียนแบบ และแอบอ้างชื่อ ทำให้ระยะหลัง ไม่สะดวกที่จะ	มีการประกวด เครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียนเพื่อ สร้างความ ภาคภูมิใจในการ ประกอบอาชีพ

	เพิ่มมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ในเวลา เดียวกัน		เข้าร่วมกิจกรรม ดังกล่าว	
--	---	--	-----------------------------	--

ข. รูปแบบภูมิปัญญาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะงานประเพณี
ตารางที่ 76 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์งานประเพณีแซนโฌนตา อำเภอขุขันธ์
 จังหวัดศรีสะเกษ

	ด้านศักยภาพ			
	การอนุรักษ์	การผลิต	การสื่อสาร	การตลาด
งานประเพณี แซนโฌนตา ขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ	งานประเพณีที่ถูก จัดขึ้นทุกปี โดยมี ชาวไทยเชื้อสาย เขมรเป็นผู้ ดำเนินงานหลัก ทั้งหมด โดยมีการ ดำเนินงาน ดังกล่าวจากรุ่นสู่ รุ่น เพื่อสร้าง สำนึกใน ประวัติศาสตร์ ท้องถิ่น และปลูก จิตสำนึกของคน รุ่นหลังให้ระลึกถึง ถึงคุณูปการของ บรรพบุรุษ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ	งานประเพณีนี้ถูก จัดขึ้น ณ อนุสาวรีย์พระยา ไกรภักดี ทุกปี เพื่อ เช่นไหว้บรรพบุรุษ และแสดงความ เคารพและรำลึกถึง คุณูปการของ บรรพบุรุษ ชาว ไทยเชื้อสายเขมร อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ	การร่วมมือกับ ภาคีต่างๆใน ระดับจังหวัด ทั้ง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กร ตลอดจนชุมชน เพื่อเข้า มามีส่วน ร่วม ในการ กิจกรรม เช่น สำนักงานจังหวัด เทศบาล อบต . ผู้นำชุมชน เป็น ต้น	การ ประชาสัมพันธ์ ของงาน ประเพณี ยัง อยู่ในระดับ จังหวัด ยังไม่ ถูกบรรจุไว้เป็น งานประเพณี 1 ใน 12 เดือน ของการ ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
	ด้านคุณค่า			
	ต้นตำรับ	การสร้างสรรค	ความร่วมมือ	ความพึงพอใจ
งานประเพณี แซนโฌนตา ขุขันธ์	งานประเพณี ดังกล่าวมี วัตถุประสงค์หลัก	การประยุกต์ภูมิ ปัญญางาน ประเพณีเช่นไหว้	กิจกรรมหลัก ภายในงานมีทั้ง เป็นลักษณะของ	ชุมชน มีความ ภาคภูมิใจใน ภูมิปัญญา

จังหวัดศรีสะเกษ	คือ เพื่อเช่นไหว้ บรรพบุรุษ และ แสดงความเคารพ และรำลึกถึง คุณูปการของ บรรพบุรุษ ชาว ไทยเชื้อสายเขมร อำเภอขุ ชันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งประเพณี ดังกล่าวถูกจัดขึ้น ทุกปี	บรรพบุรุษที่สืบ ทอดกันมาทุกปี ของชาวไทยเชื้อ สายเขมร ร่วมกับ การสร้างกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้เป็น ที่รู้จักมากยิ่งขึ้น	พิธีกรรม ขบวน พาเหรดของ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลอดจนการ แสดงทาง วัฒนธรรม และ มหรสพต่างๆ	ท้องถิ่นของ ตนเอง และ พยายาม อนุรักษ์และ สร้างสรรค์การ จัดการทาง วัฒนธรรม ดังกล่าวให้เป็น ที่รู้จัก อย่าง แพร่หลาย
	ด้านมูลค่า			
	การลดต้นทุน	การส่งออก	OTOP	กิจกรรมใหม่
งานประเพณี แซนโฎนตา ขุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ	เนื่องจากเป็นงาน ประเพณี มิติ ทางด้านนี้ไม่ ปรากฏ	เนื่องจากเป็นงาน ประเพณี มิติ ทางด้านนี้ไม่ ปรากฏ	การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์สินค้า ภายในท้องถิ่น นำไปสู่การ กระจายรายได้ แก่คนในพื้นที่ / ผู้ประกอบการ ท้องถิ่นโดยตรง	การนำกล้วย น้ำ หว่า มาเชื่อมโยง เรื่องราวกับงาน ประเพณี การ ประกวดกล้วย น้ำหว่า จน กลายเป็นการ สร้างตลาดค้า กล้วย น้ำหว่า ที่มี ผู้คนจาก หลากหลายพื้นที่ มาแลกเปลี่ยน ซื้อขาย

ตารางที่ 77 ศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์งานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ

	ด้านศักยภาพ			
	การอนุรักษ์	การผลิต	การสื่อสาร	การตลาด
งานประเพณี บุญคุณลาน ลืออำนาจ จังหวัด อำนาจเจริญ	งานประเพณีดังกล่าว มีวัตถุประสงค์หลัก คือ แสดงความ กตัญญูต่อพระแม่โพ ศพ โดยมีพิธีกรรมสู่ ขวัญข้าว เป็น พิธีกรรมหลัก	งาน ประเพณี แรกเริ่มถูกจัดขึ้น ตามแผนยุทธ ศาสตร์จังหวัด เพื่อพัฒนางาน บุญอีสานกับวิถี ชีวิตของแต่ละ อำเภอ ในจังหวัด อำนาจ เจริญ ผู้ จัดงานประเพณีนี้ จึงเชื่อมโยงฮีตสิบ สอง คองสิบสี่ ที่ เป็นแนวปฏิบัติ ของชาวอีสานมา เป็นแนวคิดใน การจัดงานพร้อม ทั้งดึงเอาวิถีชีวิต ชาวลืออำนาจ ตลอด 12 เดือนมา ประยุกต์เข้ากับ งานดังกล่าว	การร่วมมือกับ ภาคีต่างๆใน ระดับจังหวัดทั้ง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กร ตลอดจนชุมชน เพื่อเข้ามามีส่วน ร่วมในการ กิจกรรม เช่น สำนักงานจังหวัด เทศบาล อบต . ผู้นำชุมชน เป็น ต้น	การประชาสัมพันธ์ของ งานประเพณี ยังอยู่ในระดับ จังหวัด ยังไม่ ถูกบรรจุไว้ เป็นงาน ประเพณี 1 ใน 12 เดือนของ การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย
	ด้านคุณค่า			
	ต้นตำรับ	การสร้างสรรค	ความร่วมมือ	ความพึงพอใจ
งานประเพณี บุญคุณลาน ลืออำนาจ	งานประเพณีดังกล่าว มีวัตถุประสงค์หลัก ก คือ แสดงความกตัญญู	การประยุกต์วิถี ชีวิตของชาว เกษตรกร กับ	กิจกรรมหลัก ภายในงานมีทั้ง เป็นลักษณะของ	ชุมชนมีความ ภาคภูมิใจใน ภูมิปัญญา

จังหวัด อำนาจเจริญ	ต่อพระแม่โพสพ โดยมีพิธีกรรมสู่ขวัญข้าว เป็นพิธีกรรมหลัก ภายใต้งาน งาน ดังกล่าวยังส่งเสริมในเรื่องความรักความสามัคคีของชุมชนที่มีต่องานประเพณีนี้อีกทางหนึ่ง	แนวปฏิบัติที่ดีสืบสอง คองสิบสี่ของชาวอีสาน พร้อมทั้ง การนำเสนอ กิจกรรม สาธิตวิถี ชาวลือ อำนาจ เพื่อ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้เป็น ที่รู้จักมากยิ่งขึ้น	พิธีกรรมสู่ขวัญ ข้าว ขบวน พาเหรดของ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสาธิตวิถีชีวิต ชาวลืออำนาจ ตลอดจนการ แสดงทาง วัฒนธรรม และ มหรสพต่างๆ	ท้องถิ่นของตนเอง และ พยายาม อนุรักษ์และ สร้างสรรค์ การจัดการ ทางวัฒนธรรม ดังกล่าวให้ เป็นที่รู้จัก อย่าง แพร่หลาย
ด้านมูลค่า				
	การลดต้นทุน	การส่งออก	OTOP	กิจกรรมใหม่
งานประเพณี บุญคูณลาน ลืออำนาจ จังหวัด อำนาจเจริญ	เนื่องจากเป็นงาน ประเพณี มิติทางด้ าน นี้ไม่ปรากฏ	เนื่องจากเป็นงาน ประเพณี มิติ ทางด้านนี้ไม่ ปรากฏ	การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์สินค้า ภายใต้งาน ท้องถิ่น นำไปสู่การ กระจายรายได้ แก่คนในพื้นที่ / ผู้ประกอบการ ท้องถิ่นโดยตรง	กิจกรรมแปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากข้าว เป็น หลัก การ ประกวด กิจกรรมทาง วัฒนธรรม เช่น การอ่านทำนอง สรรค์ ญะจาก ทายกน้อย (ยุวมัคทายก)

ตารางที่ 78 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็น ลักษณะงานหัตถกรรม

	หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอว จ.อุบลราชธานี	หัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จ.สุรินทร์	หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จ. นครราชสีมา
จุดแข็ง	- กรรมวิธีการผลิตและ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตแบบ ดั้งเดิม -รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มี	-ตัวผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ที่มีลักษณะที่โดดเด่น เป็นที่ รู้จัก -สมาชิกมีการรวมกลุ่ม	-มีผู้ประกอบการที่ยังคงเห็น ความสำคัญและยังคงอนุรักษ์ วิธีการและวัตถุดิบในการผลิต เครื่องปั้นดินเผา

	ลักษณะเฉพาะของบ้านปะอาว เช่น ชุดเขียนหมาก ชันน้ำพร้อมพานรอง ลูกกระพรวนขนาดต่างๆ หรือแม่กระทั่งกระดิ่ง -ช่างทองเหลืองที่มีความรักและสืบทอดในภูมิปัญญาดั้งเดิมมาจากบรรพบุรุษ	ดำเนินการอย่างเข้มแข็ง -การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น การผลิตผ้าไหมนุ่มสูตรเฉพาะของบ้านท่าสว่าง ที่คิดค้นโดยสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน	
จุดอ่อน	-วัตถุดิบในการผลิตที่ต้องซื้อจากต่างพื้นที่ -ขาดผู้สืบทอด ปัจจุบันมีเพียงกลุ่มสมาชิกที่ดูแลอยู่และอายุมากขึ้น ส่งผลต่อการจัดการภูมิปัญญาในอนาคต	-วัตถุดิบในการผลิตที่ต้องซื้อจากต่างพื้นที่ -ขาดผู้สืบทอด ปัจจุบันมีเพียงกลุ่มสมาชิกที่ดูแลอยู่และอายุมากขึ้น ส่งผลต่อการจัดการภูมิปัญญาในอนาคต	-วัตถุดิบในการผลิตที่ต้องซื้อจากต่างพื้นที่ -ขาดผู้สืบทอด ปัจจุบันมีเพียงกลุ่มสมาชิกที่ดูแลอยู่และอายุมากขึ้น ส่งผลต่อการจัดการภูมิปัญญาในอนาคต
โอกาส	-มีหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อตรงกับความต้องการของผู้บริโภค -ศูนย์หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาวเปรียบเสมือนพิพิธภัณฑ์และมีชีวิต (Living museum) ที่เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา และเป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติจริงสำหรับนักศึกษาและนักวิจัย	-สถาบันการศึกษาร่วมกับสมาชิกในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและลักษณะเฉพาะตัว -หน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญโดยเลือกให้พื้นที่เป็นสถานจัดงาน OTOP Fair เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อขาย และส่งเสริมให้ทำงานเป็นที่รู้จัก -การมีลูกค้าประจำที่จำหน่ายทั้งปลีกส่งทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ -มีการบรรจุหลักสูตรเครื่องปั้นดินเผาในโรงเรียนบ้านท่าสว่าง	-มีหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อตรงกับความต้องการของผู้บริโภค - บ้านด่านเกวียนเปรียบเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต (Living museum) ที่เป็นทั้งแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา และเป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติจริงสำหรับนักศึกษาและนักวิจัย -มีการบรรจุหลักสูตรเครื่องปั้นดินเผาในโรงเรียนด่านเกวียน และด่านเกวียนวิทยา

อุปสรรค	-การขาดหายาที่จะสืบทอด การดำเนินงานหัตถกรรม เพราะลูกหลาน หรือคนรุ่น ใหม่ในพื้นที่มีความ สนใจใน การประกอบอาชีพใน ภาคอุตสาหกรรมมากกว่า	-การขาดหายาที่จะสืบ ทอดการดำเนินงาน หัตถกรรม เพราะลูกหลาน หรือคนรุ่นใหม่ในพื้นที่มี ความสนใจในการประกอบ อาชีพในภาคอุตสาหกรรม มากกว่า	-การขาดหายาที่จะสืบทอด การดำเนินงานหัตถกรรม เพราะลูกหลาน หรือคนรุ่น ใหม่ในพื้นที่ มีความสนใจใน การประกอบอาชีพใน ภาคอุตสาหกรรมมากกว่า
----------------	---	--	---

ตารางที่ 79 การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT Analysis ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็น
ลักษณะงานประเพณี

	งานประเพณีแซนโฎนตา ชุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ	งานประเพณีบุญคูณลาน ลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ
จุดแข็ง	- ภูมิปัญญาด้านประเพณีและวัฒนธรรม ของคนไทยเชื้อสายเขมร เป็นงานเช่น ไหว้บรรพบุรุษ ที่สืบทอดมาทุกปี เพื่อ แสดงความเคารพและรำลึกถึงคุณูปการ ของบรรพบุรุษ เมืองชูขันธ์ จังหวัด ศรีสะเกษ - การประยุกต์ภูมิปัญญา โดยใช้ต้นทุน ทาง วัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม - การอนุรักษ์ ภูมิประเพณีประจำถิ่น และ การสร้างสำนึกในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น	- เป็นประเพณีที่จัดขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์ จังหวัดพัฒนางานบุญอีสานกับวิถีชีวิตโดย เชื่อมโยงตาม ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ - เป็นงานที่แสดงความกตัญญู และการ สร้างจิตสำนึกที่มีต่อพระแม่โพสพ การ ประยุกต์ภูมิปัญญา โดยใช้ต้นทุน วัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - การเสริมสร้างความรักความสามัคคีของ คนในชุมชน
จุดอ่อน	- เป็นงานประเพณีที่ทำเป็นประจำทุกปี แต่เนื่องจากในบางปีมีการปรับเปลี่ยน รูปแบบกิจกรรมในเชิงวัฒนธรรมถูก ประยุกต์ให้กลายเป็นกิจกรรมร่วมสมัย มากขึ้นอาจลดทอน ความสำคัญของงาน ได้เช่นเดียวกัน	- เป็นงานประเพณีที่ทำเป็นประจำทุกปี แต่ เนื่องจากในบางปีมีการปรับเปลี่ยน คณะกรรมการในการดำเนินงานส่งผลให้ รูปแบบกิจกรรมในเชิงวัฒนธรรมถูก ประยุกต์ให้กลายเป็นกิจกรรมร่วมสมัยมาก ขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาเยี่ยมชม งาน จึงทำให้รูปแบบกิจกรรมหลักของงาน ไม่ชัดเจน

โอกาส	หากมีการเชื่อมโยงเรื่องราวความสำคัญของงานประเพณีแซนโหม่งตาในพื้นที่อื่นร่วมด้วย เช่น งานประเพณีแซนโหม่งตาที่อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว เป็นต้น	ควรมีภาคีภาคส่วนอื่น เข้ามาร่วมจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดมากใจมากยิ่งขึ้น
อุปสรรค	เนื่องจากงานประเพณีดังกล่าวเกิดจากคนในพื้นที่ ความเข้มข้นของงานประเพณีจึงค่อนข้างมีผลต่อความคิดและความรู้สึก แต่ถ้างานประเพณีนี้ถูกนำเสนอ และประชาสัมพันธ์ในมิติทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ความเข้มข้นในเนื้อหาทางวัฒนธรรมอาจคลาดเคลื่อน หรือเปลี่ยนแปลงบริบทจนเกินไป	เนื่องจากส่วนหนึ่งของงานประเพณีนี้เป็นงานที่ถูกจัดขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนางานบุญจังหวัด ฉะนั้นในอนาคตรูปแบบกิจกรรมหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ อาจถูกปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกับทิศทางการพัฒนาอีกครั้ง

บทที่ 5

การอภิปรายผลการศึกษา

โครงการวิจัยการยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐาน ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น ตลอดจนเพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะ นำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตหัตถกรรมและ ประเพณี เป็นแนวทางในการอธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากในภูมิภาคอีสานใต้นั้นภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นที่รู้จักและมีความหลากหลายโดดเด่นมากกว่าภูมิปัญญาด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัยจำนวน 5 จังหวัดได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดศรีสะเกษซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมิติด้านคุณค่า และมูลค่า นับตั้งแต่พัฒนาการ ทางภูมิปัญญาของพื้นที่วิจัยแต่ละแห่ง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนเลือกชมประเพณีที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาภูมิปัญญาด้านการผลิต ภูมิปัญญาด้านประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา เมื่อผ่านระเบียบวิธีวิจัย เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การประเมินผลจากนักท่องเที่ยวทดลองตลอดจนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตแบบไม่ส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย จะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นได้การสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ลงในผลิตภัณฑ์ การตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การสร้างความเป็นต้นตำรับ (Authenticity) การมีรูปลักษณ์ร่วมสมัย และการสร้างมูลค่าเพิ่มประกอบด้วยการยกระดับสู่การเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก การพัฒนาสู่สินค้า OTOP การคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ตลอดจน การลดต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นต้นข้อมูลที่ได้ จะ

นำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาและจัดการทุนมนุษย์ อันประกอบด้วย การสื่อสาร การตลาด การอนุรักษ์ และการผลิต ที่ ด้านการพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านการธำรงรักษา และจัดการทุนทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะภูมิปัญญา ศาสนา ความเชื่อ และประเพณี ที่สัมพันธ์กับคุณค่าและมูลค่าในหลายระดับนับตั้งแต่ ระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ที่จะสามารถปรับใช้กับการท่องเที่ยวที่มาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.1 สรุปผลการศึกษา สามารถสรุปข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 พื้นที่การศึกษาได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงาน

หัตถกรรม (หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / หัตถกรรมผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์/ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา) ที่สะท้อนศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมใน 3 พื้นที่ศึกษาพบว่า *ด้านศักยภาพ*ของผลิตภัณฑ์ งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง มีศักยภาพมากที่สุดทั้งศักยภาพในด้านตัวผลิตภัณฑ์ และศักยภาพของชุมชนในฐานะผู้ผลิต รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์งานปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน และงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ตามลำดับ *ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์*ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมนั้นทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับค่าเฉลี่ยด้านคุณค่าสูงที่สุดคือ งานหัตถกรรมปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน รองลงมาคือ งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง และงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ตามลำดับ ใน *ด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์* งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืองานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง และงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 71

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงาน

ประเพณี (ประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ และประเพณีแซน โฌนตา จังหวัดศรีสะเกษ) ที่สะท้อนศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีใน 2 พื้นที่ศึกษานั้นพบว่า ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ งานประเพณีแซนโฌนตา จังหวัดศรีสะเกษ อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ศักยภาพของงานประเพณีบุญคุณลาน จังหวัดอำนาจเจริญ อยู่ในระดับมาก ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทั้งงานประเพณีแซนโฌนตา และงานประเพณีบุญคุณลานนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับค่าเฉลี่ยด้านคุณค่าสูงที่สุด คือ งานประเพณีแซนโฌนตา รองลงมาคือ งานประเพณีบุญคุณลาน ตามลำดับ ในด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์ นั้น งานประเพณีแซนโฌนตา และงานประเพณีบุญคุณลานอยู่ในระดับมาก โดยลำดับค่าเฉลี่ยด้านคุณค่าสูงที่สุด คือ งานประเพณีบุญคุณลาน รองลงมาคืองานประเพณีแซนโฌนตา ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 72

5.1.2 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ
รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และมีส่วนร่วม สะท้อนให้เห็นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี

5.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม (หัตถกรรมทอง

เหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / หัตถกรรมผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / หัตถกรรมปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา) ที่สะท้อนศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ใน 3 พื้นที่ศึกษา

ด้านศักยภาพ ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม จากการศึกษพบว่า ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทาง ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ด้วยตนเอง เห็นได้จากการที่ชุมชนมีแนวทางในการจัดการทางวัฒนธรรม ซึ่งใน 3 พื้นที่ ศึกษาที่มีการจัดการภูมิปัญญาในฐานะทุนทางวัฒนธรรมของตนเองได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ของตนเอง ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ลักษณะงานหัตถกรรม กรรมวิธีในการผลิตชิ้นงานหัตถกรรมแต่ละแห่งนั้นมีการประดิษฐ์ คิดค้น อุปกรณ์ เครื่องมือในการผลิตงานหัตถกรรมของตนเอง ซึ่งมีได้เรียนรู้จากในห้องเรียน แต่ใช้วิธีการศึกษาลองผิดลองถูกก่อนจะสร้างเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตผลงานออกมา ยิ่งไปกว่านั้น

สมาชิกในชุมชนเองยังคงให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาดังกล่าวแนวคิดในการอนุรักษ์ การผลิตงานหัตถกรรมทั้ง3 นี้ ยกตัวอย่างโรงเรียนในชุมชนเห็นความสำคัญในภูมิปัญญาดังกล่าว และได้มีการจัดการเรียนการสอนเชิงปฏิบัติการแก่นักเรียนในพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง (บ้านปะอาว/ บ้านท่าสว่าง/ และบ้านด่านเกวียน) โดยเชิญช่างฝีมือมาเป็นผู้ให้ความรู้ และถ่ายทอดภูมิปัญญาและประสบการณ์ที่มีอยู่ ขณะเดียวกันยังเป็นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นขอ งตนเองแก่นักเรียนอีกทางหนึ่ง ซึ่งวิธีการดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ และแนวทางในการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของช่างฝีมือทั้ง 3 แห่ง (บ้านปะอาว/ บ้านท่าสว่าง/ และบ้านด่านเกวียน) ที่คาดหวังว่ามรดกทางภูมิปัญญาที่มีนั้นจะไม่หายไปเพราะอย่างน้อยยังมีการปลูกฝังให้นักเรียนในพื้นที่ได้รู้จักและสัมผัสงานหัตถกรรมทั้ง 3 รูปแบบด้วยตนเอง (งานหัตถกรรมทองเหลือง/ งานทอผ้าไหม/ และงานปั้นดินเผา) ยิ่งไปกว่านั้นพื้นที่ศึกษางานหัตถกรรมทั้ง 3 พื้นที่ (บ้านปะอาว / บ้านท่าสว่าง / และบ้านด่านเกวียน) ยังเปรียบเสมือนห้องฝึกปฏิบัติงานจริงสำหรับ รับนักศึกษา และคณาจารย์ในระดับอุดมศึกษาในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญาความร่วมมือเพื่อพัฒนาระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ยังเป็นการปลูกจิตสำนึกแก่นักศึกษาให้หันกลับมาให้ความสำคัญกับคุณค่าของงานหัตถกรรม ท้องถิ่นที่เป็นรากเง้าของพื้นที่มากยิ่งขึ้น



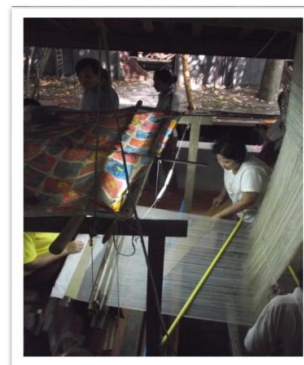
ช่างทองเหลืองกำลังสาธิตวิธีการหล่อทองเหลืองแก่นักท่องเที่ยว



ช่างปั้นดินเผากำลังสาธิตวิธีการปั้นกระถางดินเผา



การสาธิตวิธีการย้อมไหม

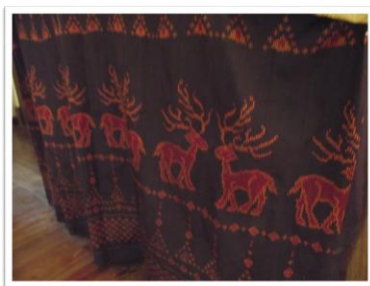


การสาธิตวิธีการทอผ้า

ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม แรกเริ่ม

งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นเพื่อการใช้สอยในชีวิตประจำวัน วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต คือสิ่งที่ทำได้ในท้องถิ่น อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้คือสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นเอง การลองผิดลองถูกในทุกขั้นตอนกระบวนการผลิตเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์และสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง การออกแบบลวดลายลงบนตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสวยงามและ ความโดดเด่น ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยระยะเวลา ความอดทน ความพยายาม และต้องมีสติในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า โดยเฉพาะที่เกิดจากปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศ กลไกทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้นสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน จากการศึกษาพบว่า ชุมชนในฐานะผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญต่อการสื่อความหมายคุณค่าของงานหัตถกรรมผ่านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนนั้น การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและร่วมสมัยทั้งในประโยชน์ของการใช้สอย และประโยชน์ของการเป็นภาพแทนชุมชนผู้ผลิต รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อการสร้างทายาทหรือผู้ที่สืบทอดการจัดการมรดกทางภูมิปัญญาให้คงอยู่อย่างยั่งยืนนั้น ควรมีการปลูกฝังเยาวชนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และ รากเหง้าของชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนได้ดีที่สุด ยกตัวอย่างที่ทั้ง 3 ชุมชนมีแนวคิดในการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมเช่นเดียวคือ การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวกับการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้เยาวชนในพื้นที่รู้จักงานที่เกิดจากภูมิปัญญาของชุมชน เกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดความภาคภูมิใจ และตระหนักถึงความยากลำบากในการสร้างงานภูมิปัญญาท้องถิ่น การได้ลองปฏิบัติและสัมผัสผลิตภัณฑ์จริง ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ และสร้างสรรค์ของเยาวชน กลายเป็นการปลูกฝังการสำนึกรักในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ในมิติของการสร้างทายาทเพื่อสืบทอดการจัดการมรดกทางภูมิปัญญาดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้นการที่ชุมชนเป็นแหล่งผลิตเอง มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตตั้งแต่อดีต มีวิธีการผลิตชิ้นงานโดยวิธีการดั้งเดิมนั้น เปรียบเสมือนแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนที่มีค่าแก่นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนผู้ที่สนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชม แลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้ในภูมิปัญญาดังกล่าว เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา และยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและผู้สนใจมากยิ่งขึ้น

ด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม ชุมชนผู้ผลิตทั้ง 3 พื้นที่ศึกษาได้ ให้ความสำคัญต่อการสร้างสรรค์และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายน่าสนใจ และมีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ก็ได้ละทิ้งคุณค่า คุณภาพ และอัตลักษณ์ดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นตนเอง จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตงานหัตถกรรมทั้ง 3 แบบ (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน) มีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ ให้มีความหลากหลายในด้านการใช้งาน และประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งพยายามที่จะศึกษาทิศทางตลาดที่ จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้เข้าสู่ตลาดสากลมากยิ่งขึ้น โดยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าว ยังคงยึดกรรมวิธีการผลิต ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตแบบดั้งเดิม เพราะมันคือเสน่ห์ของงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีแนวคิดที่ว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกมานั้นไม่เพียงแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งจับต้องได้เท่านั้น แต่เป็นภาพแทนหรือสิ่งที่แสดงออกถึงความภาคภูมิใจของบรรพบุรุษ ขณะเดียวกันเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นก็ยังมี การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น เพื่อประโยชน์ทั้งในด้านการใช้สอย และประโยชน์ในด้านการใช้งาน นอกจากนี้ชุมชนยังร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมทางด้านการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น



ภาพประกอบที่ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวลักษณะงานหัตถกรรมผ้าไหม บ้านท่าสว่าง/ งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน/ และงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว

5.1.2.2 ผลิภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี (ประเพณีบุญคุณ

ลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ และประเพณีแซนโหม่งตา อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ) ที่สะท้อนศักยภาพ คุณค่า และมูลค่าของ ผลิภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมใน 2 พื้นที่ศึกษาพบว่า

ด้านศักยภาพ ผลิภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 พื้นที่ ประกอบด้วยงานประเพณีแซนโหม่งตา อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ มีศักยภาพ ที่สะท้อนผ่านการจัดงานโดยสมาชิกในชุมชนอย่าง เข้มแข็ง เป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงความภาคภูมิใจ และความสามัคคีของสมาชิกในชุมชนทั้ง 2 พื้นที่จัดงานได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่าง กิจกรรมภายในงาน เช่น ขบวนแห่ที่สะท้อนวิถีชีวิต กิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการแปรรูปและกิจกรรมการประกวด ผลิภัณฑ์ท้องถิ่น การออกร้านจำหน่ายผลิภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ศักยภาพของงานประเพณีแซนโหม่งตา เป็นงานประเพณีที่ถูกจัดขึ้นทุกปี โดยมีชาวไทยเชื้อสายเขมรเป็นผู้ดำเนินงานหลักทั้งหมด มีการดำเนินงานดังกล่าวจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อสร้างสำนึกในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และปลูกจิตสำนึกของคนรุ่นหลังให้ระลึกถึงถึงคุณูปการของบรรพบุรุษ อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ประเพณีนี้ถูกจัดขึ้น ณ อนุสาวรีย์พระยาไกรภักดี ทุกปี เพื่อเชนไหว้บรรพบุรุษ และแสดงความเคารพและรำลึกถึงคุณูปการของบรรพบุรุษ ชาวไทยเชื้อสายเขมร อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยความร่วมมือกับภาคีต่างๆในระดับจังหวัดทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กร ตลอดจนชุมชน เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการกิจกรรม เช่น สำนักงานจังหวัด เทศบาล อบต . ผู้นำชุมชน เป็นต้น ทำให้งานประเพณีนี้เป็นงานในระดับจังหวัด การประชาสัมพันธ์ของงานประเพณี ยังอยู่ในระดับจังหวัด แต่หากในอนาคตประเพณีนี้ถูกบรรจุไว้เป็นงานประเพณี 1 ใน 12 เดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะทำให้เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายเขมร ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนในท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง ในส่วนศักยภาพของงานประเพณีบุญคุณลาน เป็นงานประเพณีที่ถูกจัดขึ้นเพื่อแสดงความกตัญญูต่อพระแม่โพสพ เทพีแห่งข้าว โดยมีพิธีกรรมสู่ขวัญข้าว เป็นพิธีกรรมหลัก แรกเริ่มงานประเพณีนี้ถูกจัดขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์จังหวัด เพื่อพัฒนางานบุญอีสานกับวิถีชีวิตของแต่ละอำเภอ ในจังหวัดอำนาจเจริญ ผู้จัดงานประเพณีนี้จึงเชื่อมโยงฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ที่เป็นแนวปฏิบัติของชาวอีสานมาเป็นแนวคิดในการจัดงานพร้อมทั้งดึงเอาวิถีชีวิตชาวลืออำนาจตลอด 12 เดือนมาประยุกต์เข้ากับงานดังกล่าว โดยได้รับความร่วมมือกับภาคีต่างๆในระดับจังหวัดทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กร ตลอดจนชุมชนเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการกิจกรรม เช่น สำนักงานจังหวัด เทศบาล อบต . ผู้นำชุมชน เป็นต้น

ต้น ด้านการประชาสัมพันธ์ของงานประเพณี ยังอยู่ในระดับจังหวัด แต่หากในอนาคตประเพณีนี้ ถูกบรรจุไว้เป็นงานประเพณีหนึ่งใน 12 เดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะทำให้เกิดกา รเผยแพร่วิถีชีวิตชาวลื้ออำนาจตลอดจนฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ที่เป็นแนวปฏิบัติของชาวอีสาน ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังสามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนในท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง



บรรยากาศงานประเพณีแซนโหมงตา ชูชัน จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วยงานพิธี ขบวนแห่และการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง



บรรยากาศภายในงานประเพณีบุญคูณลาน ประกอบด้วยกิจกรรมในส่วนงานพิธี การแสดงและการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง

ด้านคุณค่า ผลิทธิกัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและแนวปฏิบัติของผู้คนในท้องถิ่น ทั้งในเรื่องการประกอบอาชีพ การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร การแสดงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ หรือเทพที่มีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพเกษตรกร เป็นต้น สำหรับคุณค่าของงานประเพณีแซนโหมงตา จังหวัดศรีสะเกษนั้น มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อเชนไหว้บรรพบุรุษ และแสดงความเคารพและรำลึกถึงคุณูปการของบรรพบุรุษ ชาวไทยเชื้อสายเขมร อำเภอลือชัย จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งประเพณีดังกล่าวถูกจัดขึ้นทุกปี เริ่มตั้งแต่กิจกรรมช่วงเข้ามีการทำพิธีการบวงสรวงบรรพบุรุษ ชาวไทยเชื้อสายเขมร การ

เดินขบวนพาเหรดของชาวไทยเชื้อสายเขมร และขบวนผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ รวมทั้งมีการแสดงกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายเขมร ในขณะที่ชุมชนเองก็มีพยายามอนุรักษ์และสร้างสรรค์การจัดการทางวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และมีการประยุกต์ภูมิปัญญางานประเพณีเช่นไหว้บรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาทุกปีของชาวไทยเชื้อสายเขมร ร่วมกับการสร้างกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นก็จะทำให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมงานมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้นทั้งกิจกรรมหลักภายในงานที่มีทั้งเป็นลักษณะของพิธีกรรม ขบวนพาเหรดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลอดจนการแสดงทางวัฒนธรรม และ มหรสพต่างๆ ในขณะที่คุณค่างานประเพณีบุญคุณลาน ประเพณีดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลัก คือ แสดงความกตัญญูต่อพระแม่โพสพ เทพีแห่งข้าว โดยมีพิธีกรรมสู่ขวัญข้าว เป็นพิธีกรรมหลักภายในงาน งานดังกล่าวยังส่งเสริมในเรื่องความรักความสามัคคีของชุมชนที่มีต่อการจัดงาน ประเพณีนี้ ผู้จัดได้ประยุกต์วิถีชีวิตของชาวเกษตรกร กับแนวปฏิบัติฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ของชาวอีสาน พร้อมทั้งการนำเสนอกิจกรรมสาธิตวิถีชาวลืออำนาจเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยกิจกรรมหลักภายในงานมีทั้งเป็นลักษณะของพิธีกรรมสู่ขวัญข้าว ขบวนพาเหรดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสาธิตวิถีชีวิตชาวลืออำนาจ ตลอดจนกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม ต่างๆ

ด้านมูลค่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเพณี งานประเพณีนั้นสามารถสะท้อนมูลค่าในเรื่องการสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน เพราะ เห็นได้จาก กิจกรรมการออกร้านจำหน่ายสินค้า OTOP การแปรรูปผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การกระจายรายได้แก่คนในพื้นที่ /ผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยตรง เกิดกิจกรรมใหม่ที่เป็นเหมือนกิจกรรมหลักภายในงานประเพณีทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ เช่น ภายในงานประเพณีแซนโหม่งตานนั้นมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาประยุกต์ภูมิปัญญาด้านประเพณีประจำถิ่นให้เป็นประเพณีสาธิต ภายในงานมีกิจกรรมการนำกล้วยน้ำหว่า มาเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงเรื่องราวกับงานประเพณี เกิดกิจกรรม การประกวดกล้วยน้ำหว่าจนกลายเป็นการสร้างตลาดค้ากล้วยน้ำหว่าที่มีผู้คนจากหลากหลายพื้นที่มาแลกเปลี่ยนซื้อขาย เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ในขณะที่งานประเพณีบุญคุณลาน นอกจากกิจกรรมหลักเพื่อเป็นกา รสร้างมูลค่าเพิ่มและกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชนมากยิ่งขึ้น จึงมีการจัด กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้จาก “ข้าว” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของงานประเพณีดังกล่าว การประกวดผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากข้าว การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเพื่อให้เยาวชน

ในพื้นที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในงานจึงเกิดกิจกรรม การจัดประกวด การอ่านทำนองสรภัญญะ จากทายกน้อย (ยุวมัคทายก) ซึ่งเป็นอีกกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่งานประเพณีดังกล่าว

5.2 การอภิปรายผล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในบทที่ 4 มาทำการวิเคราะห์ ภายใต้แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาโดยวิเคราะห์จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชนควรให้ความสำคัญต่อประเด็นดังต่อไปนี้

การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่มีทักษะ และความสามารถในการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว / งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง/ และงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน) แต่หากมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย ตรงตามความต้องการของตลาดและนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ชุมชนควรให้ความสำคัญต่อจากพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างมากเนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมีความสามารถและทักษะความชำนาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกัน เช่น ช่างกลึง ช่างหล่อ ช่างเจียร ช่างมัดย้อม ช่างทอ ช่างปั้น หากสมาชิกได้มีโอกาสในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะความชำนาญเฉพาะด้าน ก็จะสามารถพัฒนาต่อยอดการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่อง รูปแบบการยกระดับสินค้าและพัฒนาหัตถกรรมชุมชนสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน ของ เชาวลิต สิมสวย 2551 กล่าวโดยสรุปว่า หากสมาชิกในชุมชนได้เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพของตนเ ื่องไม่ว่าจะเป็นด้านการฝึกอบรม การศึกษาดูงานกรณีตัวอย่าง หรือการประชุมเชิงปฏิบัติ จะส่งผลให้สมาชิกในชุมชนมีแนวคิดในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างสรรค์ของกลุ่มสมาชิกเอง และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมสู่ชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้สมาชิกในชุมชนมีความสามารถในการสร้างสรรค์ต่อยอดการผลิตงาน และสืบทอดงานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน ชุมชนควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในแต่ละ ชุมชน เช่น การส่งเสริมและผลักดันให้สมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจน

กิจกรรมที่จัดโดยสถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น การประชุม สัมมนา การอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการเป็นทีมงานทำวิจัย หรือการศึกษาดูงาน ในต่างพื้นที่ เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่สมาชิกในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ พัฒนาและต่อยอดกระบวนการคิด เกิดการพัฒนาทักษะความชำนาญเฉพาะด้าน อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกจะต้องไม่มีเพียงหัวหน้าชุมชนเท่านั้นที่เข้าร่วม แต่สมาชิกทุกคนควรมีโอกาสได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางและสร้างเสริมความรู้ เทคนิค และวิธีการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนเกิดประสบการณ์ตรงแก่สมาชิกในชุมชนเพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาพัฒนา และต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนสืบไป

สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้น ในการจะพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีความยั่งยืนได้ ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างทีมงานและเครือข่ายให้มีความเข้มแข็งเสียก่อน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนี้มีลักษณะที่ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ประเภทงานหัตถกรรม เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ จัดขึ้นเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งของปีเท่านั้น มิได้มีตลอดทั้งปี อีกทั้งหากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมงานและเกิดความไม่ประทับใจในกิจกรรม หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายในงานก็จะส่งผลต่อการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ฉะนั้นในการจะพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนเพื่อจัดงานประเพณีแซนโฌนตา และงานประเพณีบุญคุณลานให้ประสบความสำเร็จ มีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนางานประเพณีทั้ง 2 งานให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนได้ ทีมงานจะต้องประกอบด้วยสมาชิกที่เคยดำเนินงาน ประเพณีมาแล้วอย่างน้อย 1-2 ปีเพื่อความต่อเนื่องในการจัดงาน เนื่องจากมีความรู้และความเข้าใจ ในขั้นตอนการดำเนินงานและสามารถนำผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา มาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานประเพณีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนารูปแบบกิจกรรม ทั้งกิจกรรมหลัก และกิจกรรมเสริม ต่างๆ ภายในงาน เนื่องจากเป็นงานประเพณีระดับจังหวัดที่จัดโดยชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านต่างๆจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี การเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนิน กิจกรรมภายใน งานประเพณี ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม เช่น กิจกรรมการบวงสรวง กิจกรรมการแสดงศิลป และวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและแปรรูปทางการเกษตร รวมทั้งกิจกรรมประกวดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร กิจกรรมมหรสพ ล้วนแต่สร้างความสามัคคีและ

ความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้แก่ชุมชน ท้องถิ่นและผู้ประกอบการ
ท้องถิ่นโดยตรง

การสร้างผู้สืบทอด และการขยายจำนวนสมาชิกในชุมชนให้ตระหนักถึง

ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนควรให้ความสำคัญต่อการปลูกจิตสำนึกใน
การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น ของตนโดยมุ่งเน้นที่ เยาวชนภายในชุมชน เช่น การบรรจุชั่วโมงการ
เรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตงานหัตถกรรม ภูมิปัญญาแก่นักเรียนของโรงเรียนที่อยู่ภายในชุมชนให้รู้จัก
งานภูมิปัญญาท้องถิ่น และปลูกฝังความภาคภูมิใจในงาน หัตถกรรมท้องถิ่น ดังกล่าว การเชิญ
ช่างฝีมือมาเป็นผู้ให้ความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์แก่นักเรียน ขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐที่
กำกับดูแลควรมีบทบาทในการสนับสนุน สร้างโอกาส และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆร่วมกับชุมชน
อย่างต่อเนื่องเพื่อจูงใจเยาวชนคนรุ่นใหม่ และเสริมแรงแก่ช่างฝีมือที่มีอยู่ในการสืบทอดและ
อนุรักษ์งานหัตถกรรมท้องถิ่นสืบไป ยกตัวอย่าง การจัดกิจกรรมประกวดงานหัตถกรรม ภูมิปัญญา
ท้องถิ่นที่สร้างสรรค์โดยเยาวชน การศึกษาดูงานนอกสถานที่ ในส่วนของสถาบันอุดมศึกษา ควรมี
บทบาทและมีส่วนร่วมในการศึกษา ค้นคว้า วิจัย เพื่อพัฒนางานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น
ร่วมกับ ชุมชน โดย ที่ชุมชนทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งฝึกหัด และแหล่งค้นคว้าวิจัย ซึ่ง
กิจกรรมดังกล่าวเป็นอีกแนวทางที่จะปลูกจิตสำนึกเยาวชนคนรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงความสำคัญ
ของงานภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งเกิดความรู้สึกหวงแหนในมรดกทางภูมิปัญญาในชุมชนของตนเอง
ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างผู้สืบทอด และขยายจำนวนสมาชิกในชุมชนอีกทางหนึ่ง

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทประเพณีนั้นเนื่องจากชุมชนควรให้

ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างอาชีพ กระจายรายได้แก่สมาชิกในชุมชน
ควรมีการผลักดันและให้การสนับสนุนเยาวชน รวมทั้งสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
งานประเพณีดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความสามัคคีภายในชุมชน และสร้างสำนึกร่วมในการ
จัดงานประเพณี เช่น การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านต่างๆภายในงาน เช่น ฝ่ายพิธีการ
กิจกรรมการแสดง กิจกรรมการออกร้าน ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆภายในงาน เพื่อเป็นการปลูก
จิตสำนึกสมาชิกในชุมชนให้เกิด ความสามัคคี เกิดความ รัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจ
ตลอดจนเกิดสำนึกร่วมในชุมชนของตนเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งและพลังของชุมชนในการ
อนุรักษ์ พื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมภายในท้องถิ่นตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป รวมทั้งการ
สร้างโอกาสให้คนในชุมชนมีอาชีพเสริม และเกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชนที่เพิ่มขึ้น

การยกระดับคุณภาพชีวิต และเสริมสร้างความมั่นคงของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการประกอบอาชีพ การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น เป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือ ใช้ระยะเวลา และต้องอาศัยความอดทน อีกทั้งยังมีปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมการผลิตงานได้ เช่น สภาพอากาศ ทิศทางแนวโน้มการตลาด และอัตราค่าตอบแทนที่ในบางครั้งไม่คุ้มค่าในเชิงตัวเลข ฉะนั้นช่างฝีมือที่ผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ต้องมีใจรักในงาน มีประสบการณ์ ทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ช่างหล่อ ช่างปั้น ช่างกลึง ช่างมัดย้อม เป็นต้น เพื่อผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาให้เป็นที่น่าสนใจ และสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาชีพ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงความจำเป็นในการยกระดับคุณภาพชีวิต และเสริมสร้างความมั่นคงของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และสร้างความภาคภูมิใจในการประกอบอาชีพดังกล่าว และเป็นการรักษาช่างฝีมืองานภูมิปัญญา ท้องถิ่นในแต่ละชุมชนให้คงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจัดประกวดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น การมอบรางวัล ช่างฝีมือผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่น การเชิญช่างฝีมือ เป็นวิทยากรพิเศษหรืออาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา สอดคล้องกับงานศึกษาของสุดชีวัน นันทวัน ณ อยุธยา (2551) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง กล่าวโดยสรุปว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางจึงควร ประกอบด้วยการกำหนดนโยบาย การศึกษาของรัฐให้เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ขณะที่รัฐควรกำหนดนโยบายให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การตัดสินใจ การประเมิน และการรับ ผลประโยชน์ อันจะนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นที่เศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรมุ่งเน้นความต้องการของคนในท้องถิ่นเช่นเพื่อตอบสนองการยกระดับคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม และความมั่งคั่งทาง วัฒนธรรม ชุมชนเพื่อป้องกันการผูกกร่อนทางวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่าในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น ชุมชนผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ในประโยชน์ใช้สอย และมีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรม เพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตลาดในปี ปัจจุบัน ชุมชนผู้ผลิตควรให้ความสำคัญต่อการสร้างสรรค์และพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และมีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันต้องไม่ละทิ้งคุณค่า คุณภาพ และอัตลักษณ์ดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นตนเอง เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกการท่องเที่ยวในรูปแบบศิลปะ วัฒนธรรมนั้นจะให้ความสำคัญกับเรื่องราวผ่านการนำเสนอ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ได้สรุปแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม ซึ่ง หากจะสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 พื้นที่ควรมี การขยายรูปแบบผลิตภัณฑ์จากเดิม โดยจำแนกผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้สอย กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ตกแต่ง ผลิตภัณฑ์เพื่อตั้งโชว์ เป็นต้น ซึ่งการจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่มเหล่านี้จะช่วยเพิ่มควมหลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์ และตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นหากมีการสร้างผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นรูปแบบเฉพาะกิจ (Limited Edition) และจัดทำจำนวนจำกัด จะเป็นอีกวิธีการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมของทั้ง 3 พื้นที่ศึกษา

การสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี นั้น ชุมชนควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมภายในงานให้มีความร่วมสมัยและ ต้องไม่ ละทิ้งคุณค่า และอัตลักษณ์ดั้งเดิมของงานประเพณีภายใน ท้องถิ่นตนเองเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา ไม่ให้สูญหาย ซึ่งกิจกรรมภายในงานประเพณีนั้นควรประกอบไปด้วยกิจกรรมหลักและกิจกรรม เสริม โดยที่กิจกรรมหลักควรสะท้อนที่มาของงานประเพณีได้อย่างชัดเจน และกิจกรรมเสริมควร เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างความ เป็นกันเองและสร้างความ ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดที่พูดถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ จิตานันท์ ตีกุลและคณะ (2550: 10-14) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นสินค้าหรือ บริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคร โดยลักษณะของสินค้าหรือ บริการด้านการท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ตั้งแต่สินค้าที่จับต้องได้กับสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่ง องค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย สินค้าทางการท่องเที่ยว กิจกรรม ทางการท่องเที่ยว และบริการทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ที่กล่าวมาข้างต้นในส่วนของชุมชน ควรมี การส่งเสริมอาชีพและการกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น มากยิ่งขึ้น เช่น การมีมัคคุเทศก์น้อย ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและนำ ชมภายในงาน การแสดงศิลปะพื้นบ้านโดยสมาชิกในชุมชน การออก ร้านแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและการแปรรูปสินค้านค้าทางการเกษตร เป็นต้น ดังที่ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548: 61-62) กล่าวว่าการนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบ สินค้า กิจกรรม และการบริการเสนอขายตามศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึงการเสนอขายผลิตสินค้าและบริการควบเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่อง เที่ยวใน อนาคต ตลอดจนรูปแบบการบริการใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจได้รับ หรือสร้างความพึงพอใจ หรือ ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ฉะนั้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและ สามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ประเภทงานประเพณี ผู้จัดควรให้ความสำคัญต่อรูปแบบกิจกรรมที่ร่วมสมัย มีความหลากหลาย และยังคงคุณค่า ความสำคัญของงานไว้เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

การลงทุนในการผลิตและการพัฒนาวัตถุดิบทดแทน เนื่องจากในปัจจุบัน

วัตถุดิบในการผลิต บางชนิดหายากและมีจำกัด ส่งผลให้มีราคาที่สูงขึ้น ยกตัวอย่าง เส้นลวด ทองเหลืองที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตงานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว เส้นไหมที่บาง ชนิดต้องซื้อจากโรงงานเพื่อมาใช้ในการ ทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง หรือการซื้อดินเหนียว เพื่อ นำมาใช้ในการปั้นดินเผาของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ในขณะที่ต้นทุนการผลิตมี

อัตราที่สูงขึ้น แต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังจำหน่ายในราคาเดิม และต้องรักษามาตรฐานในด้านคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้คงเดิม ฉะนั้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น การลดต้นทุนการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งสำหรับผู้ผลิตงาน หัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทดแทนเพื่อลดต้นทุนการผลิตและการจัดส่ง ยกตัวอย่าง การทดลองปลูกใบหม่อน การเลี้ยงหนอนไหมพันธุ์ต่างๆ เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพ และลดต้นทุนการซื้อวัตถุดิบ การจัดซื้อดินเหนียวในแต่ละรอบการผลิต เป็นจำนวนมากพอที่จะผลิตงาน โดยมีผู้ผลิตงานปั้นดินเผา มากกว่าหนึ่งเจ้าร่วมสั่งซื้อ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัตถุดิบ เช่นเดียวกับการจัดซื้อเส้นลวดทองเหลืองเพื่อใช้ในการผลิตงานหัตถกรรมทองเหลือง ของบ้านปะอาว นอกจากนั้นการจัดการสินค้าคงคลังเป็นอีก ทางหนึ่งในการลดต้นทุนการผลิต ผู้ผลิตควรมีการกำหนดสัดส่วนจำนวนการผลิตให้เหมาะสมในแต่ละรอบของการผลิต ยกตัวอย่าง 80% คือการจัดจำหน่ายทั้งโดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่าย สินค้าคงคลัง 15% และอีก 5% คือสินค้าตัวอย่างซึ่งไม่จำหน่ายเป็นต้น ฉะนั้น การกำหนดสัดส่วนเช่นนี้ จะทำให้ลดปัญหาในเรื่องสินค้าไม่มีในสต็อก การเสียโอกาสในการจำหน่ายสินค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจซื้อสินค้า ขณะเดียวกันผู้ผลิตควรมีการสำรวจ ผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายและได้รับความนิยมในระดับมากที่สุดจากนักท่องเที่ยวเพื่อจัดทำเป็นสินค้ายอดนิยมของชุมชนและลดปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาด ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้นในด้านการลดต้นทุนในการผลิต สะท้อนผ่านกิจกรรมและการกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นภายในงานประเพณี การนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปให้มีความหลากหลายในประโยชน์ใช้สอยการจัดจำหน่ายในราคาท้องถิ่น และการจัดประกวดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นการลดต้นทุนในการผลิตมากกว่าการซื้อของจากชุมชนอื่นมาจำหน่ายภายในงาน

การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ชุมชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกิจกรรมที่ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญ และคุณค่าของการ ผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมิได้มุ่งสร้างหรือกระจายรายได้แก่สมาชิกในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งเน้นในการเผยแพร่คุณค่าของ งานหัตถกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาพื้นที่ ศูนย์ผลิตงานหัตถกรรมภายในชุมชนของตนเองให้มีพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมสัมผัส หรือฝึกหัดทำกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆได้

จะเป็นการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี การมีพิพิธภัณฑ์ที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิวัฒนาการการผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การพัฒนาชุมชนให้มีที่พักสัมผัสวิถีชีวิตในชุมชนที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ สอดคล้องกับงานศึกษาของสุดชีวัน นันทวัน ณ อยุธยา (2551) ที่สรุปว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางควรกำหนดนโยบายให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การตัดสินใจ การประเมิน และการรับผลประโยชน์ อันจะนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นที่เศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรมุ่งเน้นความต้องการของคนในท้องถิ่นเช่นเพื่อตอบสนองการยกระดับคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม และความงามของศิลปวัฒนธรรมชุมชนเพื่อป้องกันการถูกร่อนทางวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ที่กล่าวมาข้างต้น ชุมชนควรให้ความสำคัญกับ มาตรการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา เส้นทางถนน ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ รวมทั้งแผนที่ และป้ายบอกทิศทางสถานที่สำคัญภายในชุมชน เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอำนวยความสะดวกแก่การมาเยือนของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้นหากภายในงานมีจุด

แสดงนิทรรศการที่บอกเล่าเรื่องราวของงานประเพณีคุณค่าของงานประเพณี บุคคลสำคัญ ตลอดจนที่มาและความสำคัญของงานประเพณีให้นักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเห็นคุณค่าของการจัดงานประเพณีมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์จึงมุ่งเน้นที่การสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวผ่านรูปแบบกิจกรรมหลักของงานประเพณี ทั้งกิจกรรมในลักษณะที่เป็นเนื้อหาสาระของงานประเพณีเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบที่มาของงานประเพณี และกิจกรรมในลักษณะสร้างความบันเทิง เช่น ขบวนพาเหรด การแสดง ศิลปะ วัฒนธรรมพื้นบ้าน และการออกร้านจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบ ไฟฟ้า ระบบประปา เส้นทางถนน ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ รวมทั้งแผนที่ และป้ายบอกทิศทางสถานที่สำคัญภายในชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน หากจะยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนผู้ผลิตจึงต้องให้ความสำคัญต่อประเด็นดังต่อไปนี้

การพัฒนาพื้นที่และกิจกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ชุมชนและ

หน่วยงานพัฒนาส่วนท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญ และร่วมกัน สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกิจกรรมที่ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญ และคุณค่าของการ ผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมิได้มุ่งสร้างหรือกระจายรายได้แก่สมาชิกในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งเน้นในการเผยแพร่คุณค่าของงานหัตถกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาพื้นที่ศูนย์ผลิตงานหัตถกรรมภายในชุมชนของตนเองให้มีพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมสัมผัส หรือฝึกหัดทำกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆได้ จะเป็นการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การมีพิพิธภัณฑ์ที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิวัฒนาการการผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การพัฒนาชุมชนให้มีที่พักสัมผัสวิถีชีวิตในชุมชนที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ สอดคล้องกับงานศึกษาของสุดชีวัน นันทวัน ณ อยู่ยา (2551) ที่สรุปว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางควรกำหนดนโยบายให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การตัดสินใจ การประเมิน และการรับผลประโยชน์ อันจะนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นที่เศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรมุ่งเน้นความต้องการของคนในท้องถิ่นเช่นเพื่อตอบสนองการยกระดับคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม และความงามของศิลปวัฒนธรรมชุมชนเพื่อป้องกันการผูกเรือนท าววัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ที่กล่าวมาข้างต้น ชุมชนควรให้ความสำคัญกับ มาตรการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา เส้นทางถนน ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ รวมทั้งแผนที่ และป้ายบอกทิศทางสถานที่สำคัญภายในชุมชน เพื่อทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจและอำนวยความสะดวกแก่การมาเยือนของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้เสนอแนวทางการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในมิติเจ้าของบ้านที่ดี

ได้แก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้น ความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาของคนในชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับจิตใจของ เจ้าของบ้านที่ดี ไม่ใช่จิตใจของเจ้าของบ้านในฐานะเป็น พ่อค้าที่พยายามขายสินค้า อันช่วยให้การท่องเที่ยวไทยสามารถ ทนต่อภาวะวิกฤต มากขึ้น ดังจะเห็นได้จาก หากเจ้าของบ้าน คิดว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวคือญาติของตน และนักท่องเที่ยวคิดว่าคนในชุมชนเป็นญาติ แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ต่างๆ ทั้ง การประท้วง ภัยธรรมชาติ ปัญหาเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวซึ่งรู้สึกว่าเป็น ญาติของเจ้าของบ้านก็ยังคงกลับมาอีกครั้ง สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้น หากภายในงานมี จุดแสดงนิทรรศการที่บอกเล่าเรื่องราวของงานประเพณีคุณค่าของงานประเพณี บุคคลสำคัญของงานประเพณี ตลอดจนที่มาและความสำคัญของงานประเพณีให้แก่นักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเห็นคุณค่าของการจัดงานประเพณีมากยิ่งขึ้น

การสนับสนุนและยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยภาคีต่างๆ เพื่อเสริม

แรงและกระตุ้นในการสร้างงานหัตถกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญ และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชนผู้ผลิตสืบทอด หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริม และให้การสนับสนุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในทุกด้าน ด้านการผลิต การออกแบบ การตลาดและประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่าง กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดงานประกวดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น การมอบรางวัลช่างฝีมือผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ในส่วนของสถาบันการศึกษา การเชิญช่างฝีมือเป็นวิทยากรพิเศษหรืออาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา การมีส่วนร่วมในการค้นคว้า วิจัย เพื่อพัฒนางานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับ ชุมชน โดย ที่ชุมชนทำหน้าที่ เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งฝึกหัด และแหล่งค้นคว้าวิจัย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นอีกแนวทางที่จะ ยกระดับคุณค่าของงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมประเภทประเพณีนั้น ควรให้ความสำคัญต่อการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านรูปแบบกิจกรรมต่างๆ การมีมัคคุเทศก์เพื่อให้ข้อมูลบอกเล่าเรื่องราว รวมทั้งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมภายในงาน นิทรรศการต่างๆ นอกจากนั้นหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญและส่งเสริมในด้าน การประชาสัมพันธ์งานให้เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้นควรมีการจัดทำฐานข้อมูลงานประเพณีท้องถิ่น ปราชญ์ท้องถิ่น ผ่านทางเว็บไซต์ของจังหวัดเพื่อสร้างความสนใจและเผยแพร่ประวัติความเป็นมา ความสำคัญของงานที่มีต่อชุมชนท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักซึ่งเป็นอีกช่องทางที่สามารถยกระดับคุณค่าของงานประเพณีท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก

การขึ้นทะเบียนหรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อป้องกันการ

ลอกเลียนแบบ เนื่องจากในปัจจุบันตลาดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกขยายวงกว้างและมีขนาดใหญ่เชื่อมโยงพื้นที่ทั้งภายในประเทศและระหว่าง ประเทศ ในบางครั้งมีการลอกเลียนแบบงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นการลดคุณค่าของงานแต่ไปเน้นที่จำนวนการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาด โดยที่ชุมชนผู้ผลิตบางแห่งมิได้ทราบละเอียดเกี่ยวกับการจดลิขสิทธิ์มากนักจึงทำให้บางครั้งถูกละเมิดลิขสิทธิ์โดยไม่รู้ตัวจากการกระทำของบุคคลภายนอก ซึ่งหากหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลเข้ามามีบทบาทและให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนผู้ผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการขึ้นทะเบียนหรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ก็จะเป็นการลดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้ผู้ผลิตงานหัตถกรรมในการสร้างสรรค์และพัฒนางานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีอาจทำได้เพียงการขึ้นทะเบียนงานประเพณีท้องถิ่นเพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของงานที่มีต่อชุมชน ประวัติดังกล่าวเป็นมารวมทั้งกิจกรรมหลักที่จัดขึ้นภายในพื้นที่เนื่องจากงานประเพณีท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ยกตัวอย่างงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ การแสดงความกตัญญู ต่อบรรพบุรุษหรือเทพผู้ปกป้องรักษา ศาสนา เป็นต้น ต้นตำหรับอาจไม่สามารถชี้ชัดหรือวัดได้ว่าเกิดจากชุมชนหรือท้องถิ่นใดก่อน เช่น การจัดงานประเพณีแซนโถงตา อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีแซนโถงตา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11

การสร้างความร่วมมือ ระหว่างภาคี กับชุมชนในการส่งเสริมและ สนับสนุน การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมและงานประเพณีให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เช่น หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน องค์กรวิชาชีพ และสถาบันการศึกษา ที่มีส่วนส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพและยกระดับทักษะความชำนาญช่างฝีมือที่ องค์กรในการสร้างสรรค์ผลงานภูมิปัญญา เป็นต้น ฉะนั้นการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับภาคีต่างๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างขวัญกำลังใจและเสริมแรงแก่ผู้ผลิตงาน การพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์งานหัตถกรรม โดยการ

การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์งาน
หัตถกรรม ที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือสถาบันศึกษา เช่น การเข้าร่วมการประชุม
สัมมนา รวมทั้ง workshop ด้านต่างๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้มาพัฒนา และต่อยอด
ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย มีความร่วมสมัย และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นการ
มีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาในการเป็นแหล่งค้นคว้า วิจัย เพื่อพัฒนาศักยภาพ และยกระดับ
งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยที่ชุมชนทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งฝึกหัด และแหล่ง
ค้นคว้าวิจัย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นแนวทางที่จะ ยกระดับคุณค่าของงานหัตถกรรมภูมิปัญญา
ท้องถิ่น การสร้างความร่วมมือในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการตลาด โดยการเข้าร่วม
กิจกรรมงานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ การนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการ
ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่คุณค่าของงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวอีสานให้เป็นที่รู้จัก
มากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมและยกระดับอาชีพการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างขวัญ

กำลังใจและเสริมแรงในการประกอบอาชีพ เนื่องจาก การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญา
ท้องถิ่นนั้น เป็นงานที่ต้อ งใช้ฝีมือ ใช้ระยะเวลา และต้องอาศัยความอดทน อีกทั้งยังมีปัจจัย
ภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมการผลิตงานได้ เช่น สภาพอากาศ ทิศทางแนวโน้มการตลาด และ
อัตราค่าตอบแทนที่ในบางครั้งไม่คุ้มค่าในเชิงตัวเลข ฉะนั้นช่างฝีมือที่ผลิตงานหัตถกรรมภูมิ
ปัญญาท้องถิ่นได้ต้องมีใจรักใน งาน มีประสบการณ์ ทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ช่าง
หล่อ ช่างปั้น ช่างกลึง ช่างมัดย้อม เป็นต้น เพื่อผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาให้เป็น
ที่น่าสนใจ และสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ
การพัฒนาอาชีพ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นควรให้
ความสำคัญและตระหนักถึงความจำเป็นในการยกระดับคุณภาพชีวิต และเสริมสร้างความ
มั่นคงของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และ
สร้างความภาคภูมิใจในการประกอบ อาชีพดังกล่าว และเป็นการรักษาช่างฝีมืองานภูมิปัญญา
ท้องถิ่นในแต่ละชุมชนให้คงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการ ยกระดับ ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจัดทำทำเนียบช่างฝีมือผลิต
งานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านต่างๆ ของป ระเทศ การจัดประกวดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมภูมิปัญญา
ท้องถิ่น การมอบรางวัลช่างฝีมือผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่น การเชิญช่างฝีมือเป็นวิทยากรพิเศษ
หรืออาจารย์พิเศษตามสถานศึกษา อันจะนำไปสู่การสร้าง ขวัญกำลังใจ ความภาคภูมิใจในอาชีพ
เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการทอ งเที่ยวประเภทงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

และงานประเพณีท้องถิ่นให้มีความ เข้มแข็ง เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนสืบไป นอกจากนั้นการให้ความสำคัญต่อ การขึ้นทะเบียนหรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ เป็นอีกแนวทางที่สร้าง ขวัญกำลังใจและเสริมแรงในการประกอบ อาชีพ เนื่องจากในบางครั้งมีการลอกเลียนแบบงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นแบบดั้งเดิม ซึ่ง เป็นการลดคุณค่าของงานแต่ไปเน้นที่จำนวนการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาด โดยที่ ชุมชนผู้ผลิตบางแห่งมิได้ทราบละเอียดเกี่ยวกับการจด ลิขสิทธิ์มากนักจึงทำให้บางครั้งถูกละเมิด ลิขสิทธิ์โดยไม่รู้ตัวจากการกระทำของบุคคลภายนอก ซึ่งหากหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลเข้ามามี บทบาทและให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนผู้ผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการ ขึ้นทะเบียน หรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ก็จะเป็นการลดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี ในส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทงาน ประเพณีนั้นควรมีการส่งเสริมและยกระดับปราชญ์ท้องถิ่นผู้มีความสำคัญต่อการจัดงานเพื่อเป็น การสร้างความภาคภูมิใจและขวัญกำลังใจให้แก่บุคคลสำคัญของงานประเพณี

การพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็น การส่งเสริมและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มาจากงานหัตถกรรมและงานประเพณี และเสริม สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกิจกรรมที่เสริมสร้างให้นักท่องเที่ยว ตระหนักถึงความสำคัญ และคุณค่าของการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมิได้ มุ่งสร้างหรือกระจายรายได้แก่สมาชิกในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งเน้น ในการเผยแพร่ คุณค่าของงานหัตถกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากชุมชนทั้ง 3 พื้นที่ศึกษา (งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี / งานหัตถกรรมทอผ้า ไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ / และงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัด นครราชสีมา) มีการพัฒนาพื้นที่ เช่น โรงผลิตงานหัตถกรรมภายในชุมชนของตนให้ มีพื้นที่ที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมสัมผัส หรือฝึกหัดทำกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆได้ จะเป็นการสร้าง ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันยังเป็นการกระจายรายได้แก่สมาชิกใน ชุมชนอีกทางหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น บริการเข้าชมสถานที่ บริการที่พักและอาหาร บริการกิจกรรม เสริมอื่นนอกเหนือจากที่มีอยู่ นอกจากนั้นยัง ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา เส้นทางถนน ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ รวมทั้งแผนที่ และป้าย บอกรหัสทางสถานที่สำคัญภายในชุมชน เพื่อรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ยกตัวอย่าง พื้นที่ผลิต งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิ ฒนธรรมนั้น มี ฐานการเรียนรู้ในการผลิตงานหลายฐาน เช่น ฐานย้อมไหม ฐานทอไหม ฐานขึ้นลาย และฐานการ

ทอผืนผ้า และด้วย แต่ละ ฐาน นั้นตั้งอยู่ห่างกัน หากบ้านท่าสว่างจะพัฒนาพื้นที่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนควรมีการพัฒนาแผนที่หลักภายในพื้นที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นทิศทางของจุดสำคัญต่างๆที่อยู่ภายในชุมชน และควรมีป้ายบอกทิศทาง ฐานให้ชัดเจนตั้งแต่ฐานแรกถึงฐานสุดท้ายซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญา อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่งาน หัตถกรรมภูมิปัญญาอย่างแท้จริง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีนั้น ในการส่งเสริมงานประเพณีท้องถิ่นให้เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงรูปแบบกิจกรรมที่ต้องมีความชัดเจนในเนื้อหา รูปแบบ กิจกรรมทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมสามารถสร้างการจดจำและประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในงานประเพณีก็จะทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของงานประเพณีที่มีต่อท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในการส่งเสริมงานประเพณีท้องถิ่นให้เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจะเป็นการกระจายรายได้แก่สมาชิกในชุมชนอีกทางหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

5.3.1 การส่งเสริมและยกระดับอาชีพ การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเสริมแรงในการประกอบอาชีพ

-การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ เช่น การมอบรางวัล

เชิดชูเกียรติ การเป็นวิทยากรแก่หน่วยงาน หรือสถาบันการศึกษา การประกวดช่างฝีมือภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทต่างๆ เป็นต้น

-การสร้างผู้สืบทอด และการขยายจำนวนสมาชิกในชุมชนให้ตระหนักถึง

ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่น เช่น การสนับสนุนให้มีพื้นที่แสดงออกของเยาวชนในการมีส่วนร่วมนำเสนอมรดกทางภูมิปัญญาของชุมชนให้คนทั่วไปได้รู้จัก เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในและตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญาดังกล่าว

-ภาคีที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ควรมีส่วน

ร่วม และ บทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริม กิจกรรมเพื่อเสริม ความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เช่น การพัฒนาทักษะ ความรู้ด้านต่างๆที่ทันสมัยเพื่อให้สมาชิกในชุมชน

นำไปพัฒนาต่อยอดการผลิตผลงานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5.3.2 การยกระดับคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์โดยการบริหารจัดการตามแนวคิด

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ผลิต

ภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นโดยอาจมีการเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนใกล้เคียงแล้วสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยว หรือหนังสือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (ในระบบสองภาษา)

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรม

ทางการตลาดเพื่อสร้าง ความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีใช้เพียงการออกบูธ ตามงานแสดงสินค้าเท่านั้น

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพาสมาชิกศึกษาดูงานระหว่างพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยน

ข้อมูลประสบการณ์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน

-ภาครัฐควรมีนโยบายให้การสนับสนุนและส่งเสริมงานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่าง

จริงจัง ทั้งในด้านการผลิต และด้านการตลาด เนื่องจากงานภูมิปัญญาท้องถิ่นต้องอาศัยเวลาและความอดทนหากนโยบายการพัฒนาเป็นเพียงระยะสั้นจะไม่ส่งผลต่อ การพัฒนาการบริหารจัดการภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน

5.3.3 การจัดการองค์ความรู้ และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

-ควรมีรายวิชาที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นบรรจุไว้ในหลักสูตรสำหรับนักเรียน

นักศึกษา เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญาในท้องถิ่นของตนเอง โดยผ่านการเรียนการสอน การฝึกปฏิบัติ และการทำวิจัย เพื่อให้ให้นักเรียนนักศึกษาเหล่านั้นได้มาเรียนรู้ในสถานที่จริง หรือมีการฝึกงานในสถานที่จริง เพื่อเป็นการ ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาโดยตรงซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบไป

-ควรมีการพัฒนาศูนย์การผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต (Living Museum) เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาในท้องถิ่น และเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งในชุมชน

- การขึ้นทะเบียนหรือจดลิขสิทธิ์งานหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อป้องกัน

ปัญหาการลอกเลียนแบบ

บรรณานุกรม

- กมล สดุดประเสริฐ. 2540. การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน . กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ เอ็น พี.
- กฤติยา จักรสาร . 2545. การส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่คณาจารย์และนักท่องเที่ยงเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว . วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จารุณี ชัยโชตนันต์ และคณะ. 2550. การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. บทคัดย่องานวิจัย อ้างใน www.elibrary.trf.or.th วันสืบค้น 31 มค. 2555
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. 2543. ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม : โครงการตำราคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จิตตานันท์ ติกุล และคณะ . 2550. โครงการศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท. 2540. การศึกษาภาวะเศรษฐกิจและสังคมและการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์ : กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ . กรุงเทพฯ : มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ . 2548. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว . พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมชัย โคกขุนทด. 2530. อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผากับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจของชุมชนด่านเกวียน พ .ศ. 2484-2526. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาตรี เวียงแก้ว. 2552. กระบวนทัศน์และพลวัตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้าน ปะอาวอำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี . วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชุมชนบ้านปะอาว . 2545 . หนึ่งเดียวในเมืองไทยเครื่องทองเหลืองโบราณ บ้านปะอาวอุบลราชธานี : กองทุนเพื่อสังคม.
- เชาวลิต สิมสวย. 2551 รูปแบบการยกระดับสินค้าและพัฒนาหัตถกรรมชุมชนสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน. ในรวมบทคัดย่องานวิจัย ปี พ.ศ.2550 - 2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เผยแพร่ในการประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 2 วันที่ 14 – 17 มกราคม 2554. ใน www.rdi.bru.ac.th วันสืบค้น 31 มค. 2555.
- ทรงคุณ จันทจร และคณะ . 2552. คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. กรุงเทพฯ : สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม.

- ทศพล เดชะ. 2553. **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง** . ปริญญา นิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. “จาก“มูลค่า” สู่ “คุณค่า” จาก “พ่อค้า” สู่ “ญาติมิตร” ฝ่าวิกฤต การท่องเที่ยวไทย”. **ประชาคมวิจัย**. 85(14) พฤษภาคม- มิถุนายน, หน้า 4.
- _____. 2553. **พลวัตการท่องเที่ยวอีสานใต้ : ค้นหารอยยิ้มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่าน งานวิจัย**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธานินทร์ ไชยเย็น และคณะ. 2550. **มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถาน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้**. บทความย่อ งานวิจัย อ้างใน www.elibrary.trf.or.th วันสืบค้น 31 มค. 2555.
- นภาพร สมมงคล และสุดาวรรณ สมอาจ . 2552. **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ การท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์** . สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว ค ณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี.
- นลินี สุระมูล. 2548. **การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา : จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา** . วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติ เอียวศรีวงศ์ . 2535. **รายงานประกอบการประชุมการท่องเที่ยวในงานบุญบั้งไฟและการ แกะสลักไม้**. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** . เชียงใหม่ : คณะ มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และคณะ . 2553. **ศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การ ท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี** . กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย.
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. 2544. **รัฐกับการลงทุนทางวัฒนธรรม : ศึกษากรณีงานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเวศ หอมชื่น. 2551. **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านชะขอม หมู่ที่ 7 ตำบลนาโพธิ์ กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ประเวศ วะสี. 2530. “การสร้างภูมิปัญญาไทยเพื่อการพัฒนา,” **ชุมชนพัฒนา**. 1(1): 72-92.

- ปิยาภรณ์ ศิริภาณุมาศ และคณะ. 2550. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้. บทคัดย่องานวิจัย อ้างใน www.elibrary.trf.or.th วันสืบค้น 31 มค. 2555.
- ปทมาวดี ชาญสุวรรณ. 2553. การพัฒนาการประดิษฐ์เครื่องประดับในการแสดงเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชนอีสาน. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิสมัย ประชนันท์ และคณะ. 2550. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. ในรวมบทคัดย่องานวิจัย ปี พ.ศ. 2550 - 2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เผยแพร่ในการประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 2 วันที่ 14 - 17 มกราคม 2554. ใน www.rdi.bru.ac.th วันสืบค้น 31 มค. 2555.
- ภัทรฤดี สุพัฒโสภณ. 2547. รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- ภาดล อามาตย์. 2550. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ. อ้างใน www.cdn.learners.in.th. วันสืบค้น 9 กพ.55.
- ภูมินทร์ วรวรรณ, ม.ร.ว. 2548. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจอาบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทยเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด . 2548. มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยศ สันตสมบัติ. 2542. ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รลิกา อังกูร และคณะ . 2548. รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น . นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัชณี จันทรเกษ และคณะ . 2548. บทคัดย่องานวิจัยภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพอีสาน กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (รสป.).
- รัตน์ บัวสนธิ. 2535. การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ราตรี สรรพศรี. 2539. การศึกษากระบวนการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน จังหวัด นครราชสีมา . วิทยานิพนธ์ครุ ศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชานันท์ ผ่องศรี และ สมพงษ์ ธงไชย. 2550. การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการพื้นที่ อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี . นครปฐม: คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีระพล ทองมา. 2550. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม . เชียงใหม่: องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านसारวิน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ . 2541. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา . อ้างใน www.cdn.learners.in.th. วันสืบค้น 9 กพ.55.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด . กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน ปิสิตเน็ต เวิร์ล.
- ศูนย์คติชนวิทยา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย . 2550. โครงการวิจัยภาคสนามการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย (ตามแผนพัฒนากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาปี 2550 กิจกรรมที่ 2). กรุงเทพฯ : กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์.
- สายใจ ทันการ และคณะ. 2550. การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้ . ในรวมบทความงานวิจัย ปี พ.ศ.2550 - 2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เผยแพร่ในการประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 2 วันที่ 14 – 17 มกราคม 2554 . ใน www.rdi.bru.ac.th วันสืบค้น 31 มค. 2555.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ. 2555. งานสืบสานประเพณีบุญคุณลานสืบสานตำนานข้าวหอมมะลิอำนาจเจริญ. <http://amnatcharoen.mots.go.th/index.php?lay=show&ac=article&id=538736282&Ntype=3> . วันสืบค้น 23 เม.ย. 2555.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ อยู่ธยา . 2551. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง. การศึกษาอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุนิสา เพชรทะเล . 2549. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษา ชุมชนเครื่องปั้นดินเผา . รายงานการศึกษาอิสระศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- สุภางค์ จันทวานิช. 2547. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุริยา สมุทคุปต์ และคณะ . 2536. ฮีตบ้านคองเมือง : รวมบทความทางมานุษยวิทยาว่าด้วยสังคมและวัฒนธรรมชาวอีสาน . นครราชสีมา : โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ทางมานุษยวิทยาของอีสาน สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. 2553. ปลุกการท่องเที่ยวให้
ตื่น... รับกระแสโลก สู่อความยั่งยืนอย่างสร้างสรรค์ ด้วย Low Carbon Tourism
และ Creative Tourism.

http://www.dasta.or.th/th/News/detail_knowledge.php?ID=1018

เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์. 2555. “แซนโฌนาตา”ประเพณีเมืองศรีสะเกษ สารทแห่งความ
กตัญญู.

<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000123549>.

วันสืบค้น 23 เม.ย. 2555.

เอี่ยม ทองดี. 2541. “มรดกธรรมชาติกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน ,” วารสารภาษาและวัฒนธรรม .
17(2): 49-72; กรกฎาคม-ธันวาคม.

ภาคผนวก ก

บทความวิจัย

ประเพณีแซนโฌนตา : การพัฒนาสู่ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาอำเภออุ้มผาง
จังหวัดศรีสะเกษ พ.ศ.2555^{*}

Sanddonta Festival's Potential of Cultural Tourism : Case Study of Khukhan

District, Srisakret, 2012

สมศรี ชัยวัฒน์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Lasomch@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการสร้างสรรคประเพณีแซนโฌนตาของชาวชุมชนอำเภออุ้มผาง จังหวัดศรีสะเกษด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเพณีแซนโฌนตาเป็นประเพณีสำคัญของชาวไทยเชื้อสายเขมรที่ยังคงดำรงอยู่และสืบทอดมาช้านานในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมชุมชนอำเภออุ้มผาง จังหวัดศรีสะเกษ กล่าวคือประเพณีแซนโฌนตาเป็นประเพณีแสดงความกตัญญูต่อบรรพชน และการคงอยู่ทางอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายเขมร ทั้งนี้ผู้ศึกษาพบว่าการพัฒนาประเพณีแซนโฌนตาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวชุมชนอำเภออุ้มผางเป็นการนำประวัติศาสตร์ชุมชน วิถีชีวิตและวิถีการผลิตในปัจจุบันมาเป็นกรอบแนวคิดในการจัดงานประเพณีแซนโฌนตา พ.ศ.2555 ว่า “งานเทศกาลรำลึกพระยาไกรภักดี ประเพณีแซนโฌนตาบูชาหลักเมือง ลือเลื่องกล้วยแสนหวี”

คำสำคัญ : ประเพณีแซนโฌนตา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภออุ้มผาง จังหวัดศรีสะเกษ

Abstract

This article aims to present the creation of Sanddonta Festival into Cultural tourism and Creative Economy in a local community of KhuKhan District, Srisakret. This is an important festival of Cambodian-Thais, which has been passed from generation to generation in the history of Khukhan community. Basically, the Sanddonta festival is organized to express gratitude to an ancestor and maintain the identity of Cambodian-Thai descendents. Results obtained from the present work indicated that the development of Sanddonta festival as cultural tourism was based on the community history and ways of life as they were reflected in the 2012 festival theme “The festival in memory of Praya Kraipakdee, the Sanddonta festival, the warship of the shrine of city pillar, and the well-known Kuaysandwee” (one hundred million banana).

Keywords : Sanddonta Festival, Cultural Tourism, Khukhan District, Srisakret

ความนำ

สถานการณ์ปัจจุบันของการวิถีการค้าโลก ผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภคได้หันกลับมาให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมนุษย์ในแต่ละสังคมเป็นอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์โลกอุตสาหกรรมเกษตรกรรมกับวัฒนธรรมให้ไปสอดคล้องกันและกัน ดังปรากฏการณ์การนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังเป็นประเด็นหลักในกลยุทธ์การสร้างสรรค์

^{*} บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การยกระดับศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว งบประมาณ พ.ศ.2555

การประดิษฐ์วัตถุทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าที่ตอบสนองมนุษย์ในการดำเนินวิถีชีวิตทุกด้าน ดังปรากฏในการผลิตสินค้าพื้นถิ่น(OTOP) ที่มาจากภูมิปัญญาของมนุษย์ในแต่ละท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบแผนขององค์ประกอบในวิถีการดำเนินชีวิต ตัวอย่างที่กล่าวนี้ได้แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการภูมิปัญญากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเป็นที่มาของทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนในสังคมปัจจุบัน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมกำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

“การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี”
(<http://mueangkukhukhanculturalcouncil.blogspot.com>)

นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้

1) มรดกโลก หมายถึงสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติ หรือธรรมชาติสร้างขึ้นมา ควรแก่การอนุรักษ์ปกป้องให้ตกทอดไปยังชนรุ่นหลัง และเป็นสิ่งที่ทุกคนในโลกปัจจุบันนี้เป็นเจ้าของร่วมกัน แบ่งเป็น มรดกแห่งความทรงจำของโลก มรดกโลกทางวัฒนธรรม และมรดกโลกทางธรรมชาติ

2) อุทยานประวัติศาสตร์ หมายถึงบริเวณที่มีหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยใดสมัยหนึ่งของประเทศ หลักฐานและความสำคัญดังกล่าวอาจเป็นทางวัฒนธรรม การเมืองและสังคม วิทยาก็ได้

3) พิพิธภัณฑ์ คือหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัย สื่อสารและจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา มีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า การศึกษาและความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่างๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม สิ่งซึ่งสงวนรักษาและจัดแสดงนั้นไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุ แต่ได้รวมถึงสิ่งที่มีชีวิตด้วย โดยรวมไปถึงสวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่สงวนสัตว์น้ำและสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวนอื่นๆ รวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง

4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกันข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองขนาดใหญ่ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้น เช่น พระราชวัง หรืออาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

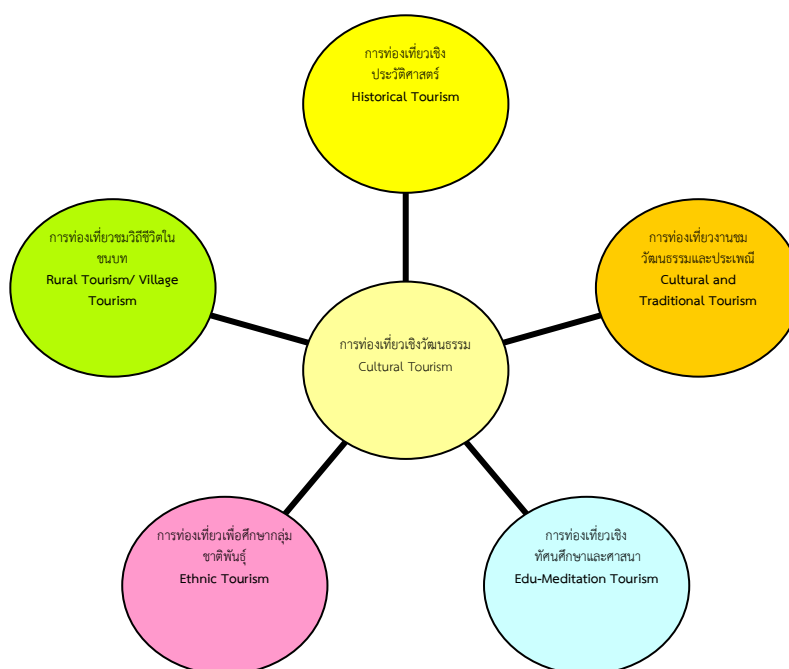
5)แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ ทิวทัศน์ที่สวยงาม และสัตว์ป่า(<http://www.creativeculturethailand.com/>)

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2549) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่ามีถึง 10 ด้านดังนี้

- 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
- 2).โบราณคดีและพิพิธภัณฑ
- 3).งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
- 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา
- 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
- 7) ภาษาและวรรณกรรม
- 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
- 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
- 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

จากองค์ประกอบของกระทรวงวัฒนธรรมและของบุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา ซึ่งฉัตรเฉลิม องอาจ-ธานศาล (2551:3-5) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

แผนภูมิที่ 1 แสดงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ชนัญ วงษ์วิภาค(2545) ได้สรุปประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1) ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2) ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อันจะนำไปสู่ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ตลอดจนเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกและเกิดสันติภาพขึ้นแก่โลก

จากความหมาย แผนภูมิประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น คือนักท่องเที่ยวจะได้รับองค์ความรู้จากการท่องเที่ยวในชุมชนแต่ละท้องถิ่น ที่มีอัตลักษณ์สัมพันธ์กับสภาพภาพของชุมชนและท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านประสบการณ์ประวัติศาสตร์ อันเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากสภาพเศรษฐกิจ สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาลประจำปีของแต่ละชุมชนท้องถิ่น เช่น ประเพณีบุญบั้งไฟของชาวอีสาน ประเพณีบุญคูณลานของชาวอีสาน ประเพณีปีใหม่เมืองของชาวเชียงใหม่ ประเพณีวิ่งควายของจังหวัดชลบุรี ประเพณีชักพระของชาวดำรง ประเพณีสารทเดือนสิบของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

2. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สุกัญญา สุฉฉายา (2554 :35-55) ได้อธิบายพัฒนาการของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเริ่มต้นตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองซึ่งรู้จักกันดีว่าอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Industries) ในความหมายของอุตสาหกรรมที่ผสมผสานการสร้างสรรค์ การผลิตและการทำให้เป็นเชิงพาณิชย์จากงานวัฒนธรรมหรืองานศิลปะซึ่งเป็นนามธรรม สินค้าและงานบริการที่มีเนื้อหาดังกล่าวมีลิขสิทธิ์คุ้มครอง

ในเวลาต่อมา ค.ศ.1994 เกิดคำว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึงอุตสาหกรรมที่มีพื้นฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ที่มีศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้น และส่งทอดให้คนรุ่นต่อไปได้ และยังเอาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญานี้ได้ เช่น มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปะ สื่อ และงานสร้างสรรค์และออกแบบกระทั่งเกิดคำว่าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในช่วงปี ค.ศ. 2001 ซึ่งที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) ได้นิยามไว้ว่าคือ

1. แนวคิดที่วิวัฒนาการมาจากสินทรัพย์ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการสร้างความเจริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจ

2. เกื้อหนุนการสร้างรายได้ การสร้างอาชีพและการส่งออก ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมการหลอมรวมทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการพัฒนามนุษย์

3. รวมมุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคมอย่างมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา และเป้าหมายการท่องเที่ยว

4. เป็นชุดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ ด้วยมิติทางการพัฒนาและความเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค

5. เป็นทางเลือกการพัฒนาที่เป็นไปได้ ต้องการนโยบายอย่างใหม่ที่มาจากความคิดหลายด้าน และความร่วมมือในทางปฏิบัติจากทุกหน่วยงาน

6. เป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โดยนัยนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงหมายถึงแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรม (Technology and Innovation) (สุกัญญา สุธงษา, 2553 และ อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร, 2552) นั่นเอง

ในส่วนของประเทศไทยแล้ว สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดกรอบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่าประกอบด้วย

1. มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural /biodiversity-based Heritage) ประกอบด้วย

- งานฝีมือและหัตถกรรม
- อาหารไทย
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ
- การแพทย์แผนไทย

2. ศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย

- ศิลปะการแสดง
- ทัศนศิลป์

3. สื่อ (Media) ประกอบด้วย

- ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- การพิมพ์
- การกระจายเสียง
- ดนตรี

4. งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ประกอบด้วย

- การออกแบบ
- แฟชั่น
- สถาปัตยกรรม
- การโฆษณา
- ซอฟต์แวร์

จากพัฒนาการและนิยามความหมายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว ภัทรพงษ์ อังคะหิรัญ (ภัทรพงษ์ อังคะหิรัญ, 2553) ได้สรุปว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากสองปัจจัยหลักที่ประกอบด้วย

1. ทุน (Capital) ได้แก่ รูปแบบของทุนต่างๆ อันเป็นฐานความรู้และทุนทางปัญญา เพื่อจะนำไปใช้ต่อยอดทักษะทางความคิด ทั้งที่เป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital) ทุนทางสังคม (Culture Capital) ทุนสถาบัน (Institutional Capital) และทุนด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative Capital)

2. ทักษะ (Skills) หมายถึงทักษะที่สนับสนุนการนำความรู้และทุนทางปัญญามาประยุกต์ให้เกิดผลงานหรือคุณค่าเชิงรูปธรรม เช่น ทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทักษะสร้างนวัตกรรม ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และกรอบความคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์

ภัทรพงษ์ อังคะหิรัญ (2553) ยังได้เสนอกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะของการเป็นสินค้าและบริการมีหลายรูปแบบ เช่น

1.. การร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเชี่ยวชาญต่างกัน (Business Networking) เป็นการนำข้อดีของแต่ละฝ่ายมาสนับสนุนกันจนเกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีแตกต่างและจุดเด่นมากกว่าสินค้าและบริการอื่น

2. กลยุทธ์น่านน้ำสีฟ้า (Blue Ocean Strategy) เป็นแนวคิดในการหารูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงตลาดเดิมที่มีการแข่งขันสูง

3. การคิดแบบนอกกรอบและไม่ยึดติดรูปแบบเดิม (Lateral Thinking) ซึ่งจะทำให้ได้สินค้าและบริการรูปแบบใหม่

4. การมีส่วนร่วมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Cooperate Social Responsibility) เป็นกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ เชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุก่อสร้างประหยัดพลังงาน รถยนต์พลังงานทางเลือก และซากอัตรโนมิติเพื่อผู้พิการ

5. การผสมผสาน ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Arts Culture and History) เป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีประวัติความเป็นมาและคุณค่าเชิงวัฒนธรรมสอดแทรกในสินค้าและบริการนั้นๆ เช่น ตลาดน้ำร้อยปี เป็นต้น

6. การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ เป็นการสร้างประสบการณ์และความแตกต่างของสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี เช่น พิพิธภัณฑ์ที่นำระบบสื่อดิจิทัลเข้ามาผสมผสาน เป็นต้น

ความหมาย ความสำคัญและประโยชน์ของการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการสร้างสรรค์วัฒนธรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์สร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวข้างต้น เมื่อมาพิจารณาด้านความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้เขียนเห็นว่ามีค่ามากในการศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีความเติบโตสูงขึ้นในท้องถิ่นทุกภาคส่วนของสังคมไทย

ดังนั้น เมื่อมาพิจารณาการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาประเพณีแซนโฌนาตา อำเภอยุซันต์ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 11- 12 ตุลาคม พ.ศ.2555 ผู้เขียนพบว่าชาวชุมชนยุซันต์ได้สร้างสรรค์ประเพณีแซนโฌนาตาด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแนวคิดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ อันนำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ของบทความนี้

วัตถุประสงค์

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอการสร้างสรรค์ประเพณีแซนโฌนาตาของชาวชุมชนอำเภอยุซันต์ จังหวัดศรีสะเกษด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประจำปี 2555

ความเป็นมาของประเพณีแซนโฌนตา อำเภอยุซัน จังหวัดศรีสะเกษ



ภาพที่ 1 ป้ายประชาสัมพันธ์งานแซนโฌนตา เมืองยุซัน

จากการศึกษาข้อมูลภาคสนาม ผู้เขียนได้ความรู้เกี่ยวกับความหมายของคำว่า “แซนโฌนตา” ดังนี้

คำว่า “แซนโฌนตา” เป็นคำที่มีรากศัพท์มาจากภาษาเขมร “แซน” แปลว่า การเซ่นไหว้ การอุทิศ หรือบวงสรวง ส่วนคำว่า “โฌนตา” แปลว่า ปู่ตายาย หรือบรรพบุรุษที่ได้ล่วงลับไปแล้วนั่นเอง โดยชาวบ้านจะจัดให้มีขึ้นทุกปี

จันทร์ จันทรชิต (2555 :1-2) กล่าวว่า ประเพณี “แซนโฌนตา” ของชาวอำเภอยุซัน จังหวัดศรีสะเกษเป็นประเพณีสำคัญของชาวยุซัน ซึ่งมีประชากรส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าเขมร ส่วยและเยอนันต์ถือปฏิบัติกันมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ประเพณีแซนโฌนตายุซันในช่วงระหว่างวันขึ้น 14-15 ค่ำ เดือน 10 ถึงวันแรม 14-15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี ซึ่งก็คือวันสารทของพุทธศาสนิก

จากข้อมูลของเว็บไซต์ของสภาวัฒนธรรมอำเภอยุซัน (<http://mueangkhuangkhancculturalcouncil.blogspot.com>) อธิบายว่าเมื่อถึงช่วงเทศกาลดังกล่าว ชาวบ้านในจังหวัดศรีสะเกษ สุรินทร์ และบุรีรัมย์ จะมีการรวมเครือญาติทั้งในถิ่นฐานและนอกถิ่นฐานให้กลับมารวมญาติ เพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษและญาติที่ล่วงลับไปแล้วตามประเพณีที่เรียกกันมาว่า “โฌนตา”

ทั้งนี้ประเพณีแซนโฌนตายุซันยังเป็นประเพณีที่ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีโอกาสทำความดีตามหลักพุทธศาสนา โดยการทำบุญ บริจาคทาน รักษาศีล และฟังพระธรรมเทศนา อันจะส่งผลให้จิตใจแจ่มใสปราศจากความเศร้าโศก และสะท้อนให้เห็นความรักความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว เครือญาติ และความสมัครสมานสามัคคีของคนในชุมชน

นอกจากประโยชน์และคุณค่าของประเพณีแซนโฌนตาข้างต้นแล้ว ประเพณีแซนโฌนตายุซันสะท้อนภูมิปัญญาในการจัดทำเครื่องเซ่นไหว้บรรพบุรุษ กล่าวคือ เครื่องเซ่นไหว้บรรพบุรุษในประเพณีแซนโฌนตา หรือ ภาษาเขมร เรียกว่า “ซ็อมแฉน แซนโฌนตา” ประกอบไปด้วยอาหารคาว หวาน เครื่องดื่ม และผลไม้ชนิดต่างๆ

อาหารคาว ได้แก่ ปลานึ่ง ปลาย่าง หมูย่าง ไก่ย่าง แกงจูนเส้น แกงกล้วย ลาบหมู ต้มยำไก่

และไถ่ ซึ่งไถ่ทั้งตัวเอาเครื่องในออก

อาหารหวาน ได้แก่ ข้าวต้มมัดใบมะพร้าว หรือใบตอง ขนมหิย่น ขนมนางเล็ด ขนมนิโครจ(ขนมผลส้ม) ขนมนุ๊ก(ขนมดอกบัว) และข้าวกระยาสาร

เครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำเปล่า เหล้าขาว และน้ำอัดลม หรือน้ำผลไม้ต่างๆ

สำหรับ ผลไม้ ได้แก่ มะพร้าวอ่อน กล้วย ส้ม ละมุด พุทรา องุ่น เป็นต้น ผลไม้ที่สำคัญ ซึ่งขาดไม่ได้ในประเพณีนี้ก็คือ กล้วย นั่นเอง

การจัดประเพณีแซนโฎนตามีที่มาจากคติความเชื่อที่ว่า เมื่อถึงวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๐ ประตูนรกจะเปิดและอนุญาตให้วิญญาณบรรพบุรุษเดินทางมาเยี่ยมญาติได้ ชาวบ้านจะพากันไปวัด เพื่อประกอบกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เช่น ทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษ และญาติที่ล่วงลับไปแล้ว ฟังพระสงฆ์แสดงธรรมเทศนา เป็นต้น ในช่วง ๑ - ๒ วัน ก่อนจะถึงวันแรม ๑๔ - ๑๕ ค่ำ ชาวบ้านจะเตรียมเครื่องเซ่นไหว้เพื่อจัดทำพิธีแซนโฎนตาที่บ้าน แล้วรุ่งเช้าก็จะนำเอาข้าวปลา อาหาร ขนมหิย่น ผลไม้ไปทำบุญที่วัดเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้บรรพบุรุษและผู้ล่วงลับ

ชาวชุมชนที่ประกอบพิธีแซนโฎนตามีความเชื่อว่า เมื่อวิญญาณของบรรพบุรุษได้มีโอกาสกลับมาเยี่ยมเยียนบุตรหลานบนโลกมนุษย์ พบเห็นข้าวปลาอาหาร ข้าวต้ม ขนมหิย่น เครื่องดื่ม และผลไม้ชนิดต่างๆ ที่ลูกหลานจัดเตรียมเซ่นไหว้ และทำบุญอุทิศส่วนกุศลไปให้อย่างอุดมสมบูรณ์ ต่างก็เกิดความปลื้มอกปลื้มใจ และรับเอาส่วนกุศลนั้นกลับไปด้วย และก่อนเดินทางกลับสู่ยมโลกเพื่อไปชดใช้กรรมที่ยังเหลืออยู่ โฎนตาเหล่านั้น ก็จะอำนวยความสะดวกให้ลูกหลานประสบแต่สิ่งที่ดีงาม ประสบความสำเร็จในชีวิต ให้ทำมาค้าขึ้น และครอบครัวอยู่เย็นเป็นสุขตลอดไป

นอกจากนี้ข้อมูลในเว็บไซต์ของสภาวัฒนธรรมอำเภออุบลรัตน์

(<http://mueangkhuangkanculturalcouncil.blogspot.com/2011/08/2554.html>) ได้บอกเล่า

ประวัติความเป็นมาของการจัดงานพิธีแซนโฎนตาเพิ่มเติมว่า ประเพณีแซนโฎนตานี้มีที่มาจากนิทานเรื่องหนึ่งที่เล่าสู่กันฟังต่อๆ มา กล่าวคือ ในสมัยโบราณมีผู้ประกอบอาชีพโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะจำนวน 500 ลำ ได้ออกเดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลไปทางทิศใต้เป็นเวลาหลายวัน จนไปพบเกาะกลางมหาสมุทรแห่งหนึ่ง จึงพร้อมใจกันหยุดพักบนเกาะนั้นระยะหนึ่งแล้วจึงจะเดินทางต่อไป

มาในคืนวันหนึ่ง ขณะนั้นทุกคนกำลังหลับอยู่ พวกเปรตที่อาศัยอยู่บนเกาะนั้นได้ออกมาจับมนุษย์ที่เป็นนักเดินเรือบนเกาะนั้นซึ่งไว้ทั้งหมดเพื่อเก็บไว้กินเป็นอาหาร ทำให้ทุกคนเกิดความกังวลใจอย่างมาก ทำให้หัวหน้าคณะเดินทางต้องขอต่อรองกับพวกเปรตว่า

“ถ้าพวกท่านจะกินพวกเรา ก็กินได้แต่พวกท่านจะอิ่มท้อง

ได้ชั่วคราวเท่านั้นเดี๋ยวก็หมด แต่ถ้าหากพวกท่านปล่อยพวกข้าพเจ้าไป

เมื่อกลับถึงบ้านเกิดเมืองนอนของพวกเรา พวกเราก็จะจัดส่งอาหารและ

ของกินมาให้พวกท่านทุกๆ ปี”

พวกเปรตเมื่อได้ฟังเช่นนั้นก็ยอมทำตามแล้วบอกว่า

“ทุกปีทีลมเริ่มพัดมาจากทางทิศเหนือให้พวกมนุษย์ทั้งหลาย ได้จัด

อาหารและของกินต่างๆ ใส่เรือแล้วให้ลอยไปตามกระแสน้ำมา และเมื่อเรา

ชาวเปรตได้รับและจะให้พรให้พวกมนุษย์ทั้งหลายได้มีแต่ความสุขความเจริญ แต่ต้องทำทุกปี ไม่ให้เว้นโดยเด็ดขาด ไม่เช่นนั้นพวกมนุษย์ท่านทั้งหลายจะได้รับการลงโทษจากพวกเราชาวเปรตอย่างสาสม”

เมื่อได้ฟังเช่นนั้นพวกมนุษย์ทุกคนต่างดีใจเป็นอันมากแล้วจึงได้อำลาเหล่าพวกเปรตเดินทางต่อไป

ต่อมาเมื่อพวกมนุษย์ทั้งหลายได้กลับถึงบ้านเกิดเมืองนอนแล้วต่างก็พากันทำตามที่ได้ตกลง และให้สัญญากับพวกเปรตเหล่านั้นโดยตลอดทุกปี ถือเป็นประเพณีพิธีแซนโฎนตา มาจนตราบเท่าทุกวันนี้ ด้วยความเชื่อที่ฝังใจที่ลูกหลานผู้ยังมีชีวิตอยู่ได้ตระหนักและคิดถึงบุญคุณบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว คือ มีความเชื่อว่ามนุษย์ในโลกนี้เมื่อตายไปแล้วส่วนใหญ่จะตกไปเป็นเปรตประเภทที่ 4 เปรตที่เลี้ยงตัวด้วยผลบุญที่เขาอุทิศให้ ซึ่งก็คือ วันพิธีแซนโฎนตา นี้เอง (เช่นไหว้บรรพบุรุษ)

ฉะนั้นหากปีใดถึงวันเทศกาลแซนโฎนตาแล้วลูกหลานใดครอบครัวใดไม่สนใจหรือไม่ใส่ใจที่จะทำพิธีแซนโฎนตา ยังทำตัวเพียวเตร่เกี๊ยกกั้ว มั่วสุมอบายมุข หาความสุขใส่ตัวอยู่ในวันแซนโฎนตาอย่างที่ครอบครัวอื่นๆ เขา ดวงวิญญาณของบิดามารดา หรือบรรพบุรุษที่ล่วงลับเป็นเปรตจะเศร้าโศกเสียใจ อดหัวโสร้งครวญครางรอคอยผลบุญกุศลและอาหาร เครื่องเซ่นไหว้ที่ลูกหลานจะทำพิธีส่งไปให้ เมื่อไม่ได้รับจะต้องทนทุกข์ ทรมานทรมาน น่าสมเพชเวทนาอย่างยิ่ง

ส่วนลูกหลานตระกูลใด ครอบครัวใดจัดทำพิธีแซนโฎนตา เช่นไหว้อย่างอุดมสมบูรณ์ อุทิศส่วนบุญกุศลเป็นผลบุญให้ดวงวิญญาณบรรพบุรุษได้รับและได้กินอย่างอิ่มหนำมีความสุขพร้อมๆ กับกล่าวให้พรลูกหลานที่ยังมีชีวิตอยู่มีความสุขความเจริญได้โชคได้ลาภ

อย่างไรก็ตามยังมีความเชื่ออีกว่า เมื่อเปรตที่ลูกหลานได้ทำพิธีแซนโฎนตาส่งให้อย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม (ตามกฎหมายกรรม) ก็ไม่สามารถที่จะให้หรือแบ่งปันให้เปรตต่างครอบครัวหรือตระกูลอื่นกินได้แม้จะถูกขอและอยากแบ่งปันให้ก็ไม่สามารถทำได้ คงได้แต่สงสารและสมเพชเวทนาเท่านั้น

ดังนั้นลูกหลานครอบครัวใด ตระกูลใดที่มีความกตัญญูรู้คุณบรรพบุรุษและไม่อยากที่จะให้ดวงวิญญาณบรรพบุรุษตกอยู่ในสภาพเช่นนั้น จึงเมื่อใกล้จะถึงเทศกาลแซนโฎนตาจึงมีการวางแผนเตรียมเงินทองอุปกรณ์เครื่องเซ่นไหว้ให้พร้อมติดต่อบ้างถึงญาติพี่น้อง ผู้อยู่แดนไกลให้ทราบทั่วทุกคน

นอกจากความเป็นมาของประเพณีแซนโฎนตาข้างต้นแล้ว อำเภอยุชฌังค์ยังมีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์หัวเมืองอีสานและประวัติศาสตร์ไทยด้วย กล่าวคือ เมืองยุชฌังค์ เป็นเมืองที่ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2302 ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นหัวเมืองชั้นนอกที่สำคัญคือ มีเจ้าเมืองที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 คน คือ พระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน (ตากะจะ) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน(เชียงชั้น) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน (ท้าวบุญจันทร์) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน (เท้าเกา) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน(ท้าวใน) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน (ท้าวนวน) พระยาอุษณัฏฐ์ภักดีศรีนครลำดวน (ท้าวกิ่ง) พระยาอุษณัฏฐ์ศรีนครลำดวน (ท้าว

วัง) และพระยาขุนธำมรงค์ศรีนครลำดวน (ท้าวปัญญา ขุนธำมรงค์) เจ้าเมืองทั้ง 9 คนนี้ชาวชุมชนขุนขันธ์ยกย่องว่าเป็นบรรพบุรุษผู้สร้างเมืองขุนขันธ์ ดังนั้นเมื่อมีประเพณีแซนโหม่งตาทุกปีจะมีพิธีการสักการะเจ้าเมืองทั้ง 9 คนเป็นประจำ

ความเป็นมาและความสำคัญของประเพณีแซนโหม่งตา และประวัติศาสตร์ของบรรพชนผู้ก่อตั้งเมืองขุนขันธ์ข้างต้น จึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมเทศกาลเช่นไหว้บรรพบุรุษของอำเภอขุนขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษเป็นประจำทุกปี

ประเพณีแซนโหม่งตา อำเภอเมืองขุนขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ กับการพัฒนาศักยภาพสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” พ.ศ.2555

ความเป็นมาและความสำคัญของประเพณีแซนโหม่งตา และประวัติศาสตร์ของบรรพชนผู้ก่อตั้งเมืองขุนขันธ์ข้างต้นที่ได้กล่าวแล้วในหัวข้อข้างต้น นิติภูมิ ขุนขันธ์ธำมรงค์ (2555:1-3) ได้กล่าวถึง การจัดงานเทศกาลแซนโหม่งตาเพื่อเป็นเทศกาลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ได้เริ่มต้นใน พ.ศ.2542 โดยนายชูศักดิ์อุปนันท์ นายอำเภอขุนขันธ์ ได้ริเริ่มจัดงานแซนโหม่งตา เป็นงานเทศกาลประจำปีขึ้นในชื่องานว่า “เทศกาลกล้วยแสนหวี ประเพณีแซนโหม่งตา บูชาหลักเมือง” ต่อมาในพ.ศ.2548 นายกฤษ รังสีเสนา ณ อยุธยา นายอำเภอขุนขันธ์ และนายสืบสวัสดิ์ สืบสายพรหม นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบองขุนขันธ์ ได้ดำเนินการโครงการจัดสร้างอนุสาวรีย์พระยาขุนขันธ์ขึ้น พร้อมกับชำระข้อมูลประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเมืองขุนขันธ์

ปี พ.ศ.2552 นายอนุรัตน์ ลีธีระประเสริฐ นายอำเภอขุนขันธ์ขณะนั้น ได้จัดประชุมชาวอำเภอขุนขันธ์ให้มีการปรับเปลี่ยนชื่องานแซนโหม่งตาประจำปีให้สอดคล้องกับการสร้างอนุสาวรีย์พระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน อันเป็นสัญลักษณ์บรรพบุรุษเมืองขุนขันธ์ ให้ชาวขุนขันธ์ได้รำลึก เช่นไหว้บูชาและภาคภูมิใจเป็น “เทศกาลรำลึกพระยาไกรภักดี ประเพณีแซนโหม่งตา บูชาหลักเมือง ลือเลื่องกล้วยแสนหวี” สืบเนื่องมาจน พ.ศ.2555

ความเป็นมา ประโยชน์และคุณค่าของประเพณีแซนโหม่งตาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าชาวชุมชนขุนขันธ์ตระหนักและเห็นคุณค่าของประเพณีแซนโหม่งตา จึงได้มีการกำหนดและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นงานประจำปีของอำเภอขุนขันธ์ ทั้งนี้ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมจะเป็นช่วงก่อนวันแซนโหม่งตาประมาณ 2 ถึง 3 วัน ดังนั้นเทศกาลแซนโหม่งตาที่จัดขึ้นจึงเป็นลักษณะสาธิตให้เห็นวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายเขมรในอำเภอขุนขันธ์

รูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีแซนโหม่งตา ตามที่ผู้เขียนได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงเทศกาล เมื่อวันที่ 11-12 ตุลาคม 2555 พบว่ามีองค์ประกอบที่สอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กล่าวคือ รูปแบบตามประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้



ภาพที่ 2-3 การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนขุนขันธ์

ตารางที่ 1 แสดงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ประเพณีแซนโฌนตา”
อำเภอขุนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ ระหว่างวันที่ 11-12 ตุลาคม 2555

ประเภท	กิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ Historical Tourism	เชื่อมโยงประวัติศาสตร์เมืองขุนันท์ที่มีความสำคัญ กับประวัติศาสตร์ชาติสมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์
การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมประเพณี Cultural and Traditional Tourism	การสาธิตเครื่องเซ่นไหว้ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษ การแห่ริ้วขบวนเครื่องเซ่นไหว้ การประกวดกล้วย น้ำว้า
การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา Edu-Meditation Tourism	แสดงวิถีตามคติความเชื่อเรื่องเคารพบูชาบรรพ บุรุษและศาสนา
การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ Ethnic Tourism	เป็นประเพณีเฉพาะชาวไทยเชื้อสายเขมร กวย ส่วยและกวยในจังหวัดภาคอีสานตอนใต้
การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท Rural Tourism/ Village Tourism	พิธีเซ่นไหว้ เพื่อแสดงความกตัญญู ความศรัทธาใน พระพุทธศาสนาตามวิถีของชาวขุนันท์



ภาพที่ 3-4 แสดงพิธีกรรมบูชาศาลหลักเมืองขุนันท์ในช่วงเช้าวันที่ 12 ตุลาคม 2555



ภาพที่ 5-6 แสดงกิจกรรมรำลึกถึงพระยาไกรภักดีศรีลำดวน เจ้าเมืองศรีสะเกษและเจ้าเมืองขุนันท์



ภาพที่ 7-8 แสดงกิจกรรมรำลึกถึงพระยาไกรภักดีศรีลำดวน เจ้าเมืองศรีสะเกษและเจ้าเมืองขุนธุ์



ภาพที่ 9-10 แสดง กล้วยเครื่องประกอบเซ่นไหว้ที่สำคัญในพิธีแซนโหมนตา ซึ่งนอกจากจะใช้เป็นหวีเครื่องในการเซ่นไหว้แล้ว ยังนำมาประกอบเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวไทยเชื้อสายเขมรที่เรียกว่า “บายเบญญ์”



ภาพที่ 11-12 การประกวดกล้วยน้ำว้า และการค้าขายกล้วยในช่วงเทศกาลแซนโหมนตา

การจัดกิจกรรมของประเพณีแซนโหมนตาที่สอดคล้องกับประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมข้างต้น จันทร จันทรชิต (2555: 6-7) ซึ่งเป็นคณะกรรมการท่านหนึ่งในการจัดประเพณีแซนโหมนตาได้กล่าวถึงคุณค่าทางสังคมของประเพณีแซนโหมนตาทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

“ถ้าจะถามว่า แล้วสังคมจะได้อะไรจากพิธี “แซนโฌนตา” นี้บ้าง ก็จะต้องว่าสิ่งที่สังคมได้รับนั้นไม่สามารถประเมินได้ด้วยมาตราดวงวัดชนิดใดทั้งสิ้น ด้วยเป็นสิ่งที่ผุดขึ้นในดวงจิตอันละเอียดอ่อนของลูกหลานเอง อันเป็นความดีงามเพียบพร้อมไปด้วยคุณธรรม ความกตัญญูรู้คุณของบรรพบุรุษในสายตระกูลทั้งโดยตรงและโดยอ้อม โดยตรงหมายถึงผู้สืบทอดสายโลหิต โดยอ้อมหมายถึงผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับภายหลัง เช่น เขยและสะใภ้ เป็นต้น

เพราะฉะนั้น เราจึงจะมองเห็นภาพของเขาเหล่านั้นอ้อมลูกหลานเข้าไปในเมืองเพื่อจับจ่ายซื้อหาสิ่งต่าง ๆ เตรียมไว้สำหรับพิธี “แซนโฌนตา” โดยเฉพาะกล้วย ขนชนิดต่างๆ ประชาชนที่อยู่ตามหมู่บ้านที่ห่างไกลและมีฐานะยากจน ไม่มีเงินทองที่จะซื้อหาอะไรได้นั้น อย่างน้อยก็ขอให้มีการกล้วยน้ำว่าสุกสำหรับห่อข้าวต้มต่าง ๆ ใส่สำหรับพร้อมด้วยไก่ย่าง ปลาอย่าง เคียงน้ำพริก ถ้วยเล็กเท่านั้น ลูกหลานก็ยังพอใจจะทำให้บรรพบุรุษของตนไว้

ซึ่งเมื่อถึงเทศกาล “โฌนตา” จึงมีรถขนกล้วยทุกชนิดพายหน้าเข้ามาตลาดชุมชนอย่างมากมาย ต่อเนื่องและกองเป็นภูเขาเหล่ากา แล้วยังขายดิบขายดีเป็นเทน้ำเทท่าอีกต่างหากนั้น คือสิ่งที่สังคมได้รับจากการสืบสานประเพณี “โฌนตา” ...

จากทัศนะดังกล่าวของจันทร์ จันทร์ชิตข้างต้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์และคุณค่าของประเพณีแซนโฌนตาที่เน้นให้เห็นความสำคัญทางสังคม วัฒนธรรมซึ่งทำให้สถาบันครอบครัวในชุมชนมีความผูกพันกัน ขณะเดียวกันทัศนะในการแสดงถึงการค้าขายกล้วยในช่วงเทศกาล ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันแสดงให้เห็นถึงการปรับใช้ประเพณี หรือเทศกาลมาเพื่อให้เกิดประโยชน์และรายได้ในชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นอกจากทัศนะของจันทร์ จันทร์ชิตแล้ว ผู้เขียนได้เก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามแบบไม่เฉพาะเจาะจงเพื่อประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงานประเพณีแซนโฌนตา พ.ศ.2555 ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 120 คน ด้านคุณค่าของงานประเพณี ดังรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวด้านคุณค่าของงานประเพณี

กิจกรรมของงานประเพณี	จำนวนคนที่เลือกให้ คุณค่าระดับมากที่สุด	คิดเป็นร้อยละ
1) ประกวดกล้วยงามเมืองชุมชันธ์	68	56.67
2) ขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน	102	85
3) ขบวนเช่นไหว้บรรพบุรุษ	84	70
4) กิจกรรมสาธิตการทำข้าวต้มมัด	41	34.17
5) การออกร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก	47	39.17
6) การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง	73	60.83

จากตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวด้านคุณค่าของงานประเพณีข้างต้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในกิจกรรมขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 85 อันดับที่สองเป็นกิจกรรมขบวนเช่นไหว้บรรพบุรุษ ร้อยละ 70 อันดับที่สามเป็นกิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 60.83 อันดับที่สุดคือการประกวดกล้วยงามเมืองขุขันธ์ ร้อยละ 56.67 ดังนั้นกิจกรรมที่ชาวชุมชนขุขันธ์จัดขึ้นใน พ.ศ.2555 นั้นสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสะท้อนเอกลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายเขมร การก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ การเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างถิ่นได้รู้จัก

กล่าวโดยสรุปจากทัศนะจากตัวแทนของชาวขุขันธ์ และผลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์และคุณค่าของประเพณีแซนโฎนตาที่เน้นให้เห็นความสำคัญของสังคม วัฒนธรรมซึ่งทำให้สถาบันครอบครัวในชุมชนมีความผูกพันกัน ขณะเดียวกันทัศนะในการแสดงถึงการค้าขายกล้วยในช่วงเทศกาล ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันแสดงให้เห็นถึงการปรับใช้ประเพณี หรือเทศกาลมาก่อให้เกิดประโยชน์และรายได้ในชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเหล่านี้ ล้วนแสดงให้เห็นถึงพลังที่เข้มแข็งของชุมชนขุขันธ์อย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

รูปแบบและกิจกรรมของประเพณีแซนโฎนตา รวมทั้งประโยชน์และคุณค่าของประเพณีแซนโฎนตาของชาวอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษดังที่อภิปรายข้างต้น ผู้เขียนพิจารณาเห็นว่าเป็นตัวอย่างที่ดีของการพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ประชาชน ภาครัฐและเอกชนพร้อมใจกันผลักดันให้เกิดกิจกรรมดังกล่าวทุกปี กล่าวคือ มีการปรับรูปแบบกิจกรรมประเพณีแซนโฎนตาที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวที่มาชมงานส่วนใหญ่มีความประทับใจในด้านการสะท้อนเอกลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายเขมร อันการก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวชุมชนขุขันธ์ การอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี รวมทั้งการก่อให้เกิดรายได้จากการจัดกิจกรรมซึ่งมีการประกวดกล้วยเมืองขุขันธ์ การจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก ดังนั้นเพื่อสะท้อนให้เห็นการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนขุขันธ์ ผู้เขียนพบความเป็นต้นแบบของชาวชุมชนในการพัฒนาศักยภาพตนเองในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความต้องการและปัญหาของการจัดงานเทศกาลประเพณีแซนโฎนตา ดังนี้

1. ต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผู้เขียนพบว่ารูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีแซนโฎนตาของชาวชุมชนขุขันธ์ มีความเป็นต้นแบบในการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้

- 1) มีการประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักในสื่อมวลชนทุกแขนง
- 2) มีการสร้างรูปแบบกิจกรรมให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับสภาพวิถีชีวิตและสังคมของ

ชาวซุซัน

3) มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดภูมิปัญญาในสถาบันทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เช่นโรงเรียนในระดับตำบล อำเภอ การศึกษานอกระบบ

4) มีการจัดทำหนังสือภูมิประวัติของประเพณีแซนโฎนตา

5) มีการจัดเก็บข้อมูลภาคสนามประจำปีทุกปีเพื่อวิเคราะห์กิจกรรม

รูปแบบและกิจกรรมข้างต้น หากพิจารณาในประเด็นการสร้างศักยภาพทั้งด้านคุณค่า และมูลค่าของประเพณีแซนโฎนตาของชุมชนซุซัน ผู้เขียนพบว่าการกำหนดเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของชุมชน (Story) เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพในการพัฒนากิจกรรมประเพณีแซนโฎนตาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผสมผสานกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้

ก. ด้านมูลค่า

ต้นทุน : ต้นทุนทางวัฒนธรรมประเภทจารีตประเพณี ที่มีคุณค่าด้านอัตลักษณ์ประจำถิ่นของชาวไทยเชื้อสายเขมรและของอำเภอซุซัน (มูลค่าที่ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเลข)

ราคาขาย มีสองระดับ คือ ระดับที่หนึ่งราคาแห่งคุณค่าด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ระดับที่สองราคาแห่งมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งสองระดับไม่สามารถตีค่าได้เป็นตัวเลขที่เป็นรูปธรรมซึ่งสัมพันธ์กับมรดกทางวัฒนธรรมของชาวอำเภอซุซัน

ข. การสร้างคุณค่าเรื่องราว/เนื้อหา (Story) ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของชาวซุซัน: ดังเช่น การนำเจ้าเมืองทั้ง 9 คนในประวัติศาสตร์มาร้อยเรียงเป็น “บรรพบุรุษ” ของชาวซุซันอันเป็นการสร้างความเป็นเอกภาพร่วมกับชุมชน ชาติและประเทศ ดังจะพิจารณาได้ 3 ประการดังนี้

1) นำเรื่องราวความเป็นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของคนซุซันมาเพิ่มคุณค่าของการจัดงานประเพณีแซนโฎนตา

2) การสร้างคุณค่าความผูกพันและความสามัคคีของคนในชุมชนซุซัน ระหว่าง “การบูชาบรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายเขมร กับคนไทยเชื้อสายลาวล้านช้างและหรือคนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งมีการปรับรับวัฒนธรรมเพื่อพึ่งพาและยอมรับซึ่งกันและกัน เช่น การเซ่นไหว้ต้องไปเซ่นไหว้ที่ศาลหลักเมืองที่เป็นศาลเจ้าจีนก่อน สะใภ้เชื้อสายไทย/ลาวล้านช้าง ในกลุ่มคนไทยเชื้อสายเขมร กิจกรรมประเพณีแซนโฎนตาคือเครื่องมือในการสร้างการยอมรับในครอบครัวเชื้อสายไทยเขมร

3) การเน้นคุณค่าทางอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของคนไทยประจำถิ่นซุซันที่แสดงออกด้านประเพณี พิธีกรรม อาหาร และประวัติศาสตร์ ที่มีคุณค่าด้านการศึกษาชาติพันธุ์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยาและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

2. ต้นแบบในการประยุกต์ภูมิปัญญาสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความเป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมข้างต้น ชาว

ชุมชนชุมชนยังเป็ต้นแบบในการประยุกต์ภูมิปัญญาสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กล่าวคือ ชาวชุมชนชุมชนได้ปรับและสร้างสรรค์ประเพณีเฉพาะถิ่นให้เข้ากับนโยบายของชาติด้านการการอนุรักษ์ประเพณีประจำถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานระดับจังหวัด อำเภอ ได้แก่ กรมพัฒนาชุมชน วัฒนธรรมจังหวัด ศึกษาธิการจังหวัด ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนกิจกรรมที่สำคัญ คือ การประกวดขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน การประกวดเครื่องเซ่นไหว้บรรพบุรุษ “เจ้าเมืองชุมชน” ซึ่งมีเนื้อหาความสัมพันธ์กับกรุงเทพมหานครแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาจนสมัยรัตนโกสินทร์

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้กับ พ่อค้าค้ากล้วย “ตลาดนัดกล้วย” การจัดประกวดกล้วยงามเมืองชุมชน ทั้งนี้กล้วยเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องเซ่นไหว้ กิจกรรมนี้ถือเป็นการประยุกต์ในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จัดให้มี “ตลาดนัดกล้วย” สืบเนื่องจากประเพณีแซนโชนดาที่อำเภอชุมชนจะจัดก่อนวันจริง 1 หรือ 2 วัน เพื่อให้คนมาชมขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน การประกวดเครื่องเซ่นไหว้ การประกวดกล้วย ได้ซื้อกล้วยที่นำมาจำหน่ายในตลาดนัดกล้วยซึ่งตั้งบริเวณ 2 ข้างทางที่ขบวนแห่เคลื่อนขบวนผ่าน ขณะเดียวกันกลุ่มผู้นำชาวบ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้านก็จะอำนวยความสะดวกให้ลูกบ้านโดยจัดรถ-รับ-ส่ง เพื่อให้คนในหมู่บ้านมาร่วมงาน และซื้อของเพื่อไปประกอบพิธีแซนโชนดาในวันจริงคือ วันข้างแรม 15 ค่ำนั้น ตั้งแต่ขึ้น 1 ค่ำ ถึงขึ้น 14 ค่ำ ของทุกปี

3.ความต้องการและปัญหาในการจัดงานประเพณีแซนโชนดาของชาวชุมชนชุมชน

- 1) ด้านการออกแบบ : ชาวชุมชนชุมชนต้องการหน่วยงานการท่องเที่ยวระดับจังหวัดมาสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรม
- 2) ด้านการผลิต: ชาวชุมชนชุมชนยังมีปัญหาด้านความเป็นเอกภาพของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมร่วมกัน

กล่าวโดยสรุปชุมชนชาวชุมชน จังหวัดศรีสะเกษจึงเป็นต้นแบบที่ดีในการพัฒนาศักยภาพประเพณีแซนโชนดาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันแสดงให้เห็นการปรับภูมิปัญญาที่มีต้นทุนวัฒนธรรมมาสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้ชุมชนยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรเฉลิม งามอาภาฐานศาล. 2551. “การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด : ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่”. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. ประจำไตรมาส 4/2551 (เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2551), หน้า 3-5.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. 2545. “ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”. **เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิติภูมิ ชูชั้นจิน, เอกสารประกอบการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น”แซนโฌนาตา”, อำเภออุ้มผาง : จังหวัดศรีสะเกษ. 2555.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549. **การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ภัทรพงษ์ อังคะหิรัญ. 2553. **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)**. จันทบุรี: คณะอัญมณีศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- _____. 2553. **ร่างกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11**. กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา.
- _____. **ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุกัญญา สุขฉายา. 2553. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการวัฒนธรรม”. **บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการทางวัฒนธรรมระดับชาติ “อุบลวัฒนธรรม ครั้งที่ 1: คน คำ ข้าว ในลุ่มน้ำโขง” วันที่ 23-24 ธันวาคม 2553**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร. 2552. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”. **กรุงเทพธุรกิจ**. วันพฤหัสบดีที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2552.

เว็บไซต์

กระทรวงวัฒนธรรม. 2556 . <http://www.creativeculturethailand.com/>

สภาวัฒนธรรมเมืองอุ้มผาง 2556 <http://mueangkhuangkhanaculturalcouncil.blogspot.com>

E-Book

จันทร์ จันทรชิต, 2555. **ประเพณีแซนโฌนาตาของชนเผ่าพื้นเมืองจังหวัดศรีสะเกษ, ศรีสะเกษ : สภาวัฒนธรรมอำเภออุ้มผาง**.

บทสรุป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากภาคส่วนต่างๆ หลังจากนำเสนองาน

ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัด และผู้แทนจากท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี

- การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวนั้น ชุมชนต้องมีการบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง และมีแนวทางในการบริหารจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา
- การพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงใกล้เคียงอื่นๆ ทั้งที่อยู่ในพื้นที่และต่างพื้นที่

ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาโดยมีประเด็นการผูกเรื่องราวสินค้า ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- ตัวผลิตภัณฑ์ควรมีความทันสมัยและมีความน่าสนใจ
- ควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งในศูนย์ผลิต เพราะจะทำให้การสำนึกร่วมและตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง
- การเดินทางเข้าถึงพื้นที่บางจุดยังขาดป้ายสื่อสารข้อมูลไปยังบ้านปะอาว
- การสร้างมูลค่าเพิ่มเช่นกิจกรรมสาธิตเพื่อรองรับกลุ่มทัวร์ เช่น ขั้นตอนการผลิตทั้ง 14 ขั้นตอน อาจทำบางขั้นตอนไว้ล่วงหน้า แล้วเสิร์ฟอาทิตย์ก็มีการสาธิตเป็นรอบโชว์เช้าหรือบ่าย ควรเพิ่มพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาห้องพื้นที่โชว์ ห้องจัดจำหน่าย
- การบริหารจัดการเรื่องของ Demand และ Supply ควรเติมทักษะในเรื่องเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโดยเฉพาะเรื่องการตลาดเป็นต้น

**ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมา
และผลที่ได้รับตลอดโครงการ**

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ ตลอดโครงการ
1) เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสามารถพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 1.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 1.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 1.4) แบบสอบถาม (Questionnaire)	1.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 1.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 1.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 1.4) แบบสอบถาม (Questionnaire)	- คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีแนวคิดในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงรากฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ด้วยตนเอง
2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่คนในท้องถิ่น	2.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 2.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) 2.5) แบบสอบถาม (Questionnaire)	2.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 2.2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) 2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) 2.5) แบบสอบถาม (Questionnaire)	- เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการผลิตงานหัตถกรรมในชุมชน - ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมในชุมชนถูกสร้างในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อตอบสนองโจทย์ยุคสมัยปัจจุบัน และสามารถจำหน่ายได้ในอัตราที่สูงขึ้น
3) เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอีสานใต้ เพื่อให้	3.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 3.2) การสังเกตแบบมี	3.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 3.2) การสังเกตแบบมี	- ช่างฝีมือมีความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น และมีความพยายามในการสร้างสรรค์รูปแบบและ

นักท่องเที่ยวดูตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเอง อันจะนำไปสู่การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	ส่วนร่วม (Participant Observation) 3.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 3.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	ส่วนร่วม (Participant Observation) 3.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 3.4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	เรื่องราวของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพิ่มขึ้น - นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ปรากฏผ่านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5 - นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5
4) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11	4.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 4.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 4.3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	4.1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 4.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 4.3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	การนำเสนอแนวทางในการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่น้อยกว่า 3 แนวทาง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการทุนทางวัฒนธรรม (ผลิตภัณฑ์) การส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรบุคคลในการจัดการทางวัฒนธรรม (ภูมิปัญญาท้องถิ่น) และการส่งเสริมและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์

			ทางการท่องเที่ยวที่มา จากงานหัตถกรรมและ งานประเพณี
--	--	--	--

สรุปรายชื่อชาวบ้านผู้ช่วยวิจัย

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	สถานะ/ที่อยู่
หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี		
1.	พระครูสุตบุรพาสถิต (พระมหาพยนต์ สันตจิตโต)	เจ้าอาวาสวัดบุรพาปะอาวเหนือ
2.	นายบุญมี ล้อมวงศ์	สมาชิกศูนย์ช่างหล่อหัตถกรรมทองเหลือง
3.	นายปราโมทย์ ศุภสร	สมาชิกศูนย์ช่างหล่อหัตถกรรมทองเหลือง
หัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์		
1.	นางปราณี โสรกนิษฐ์	ผู้ช่วยวิจัย
2.	นางนฤมล ดิตใจดี	สมาชิกศูนย์ทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง
3.	นายสุพจน์ โสฬส	สมาชิกศูนย์ทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง
4.	นางอาภา สิริสุขะ	สมาชิกศูนย์ทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง
หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา		
1.	นายเมียน สิงห์ทะเล	ผู้ใหญ่บ้านด่านชัย หมู่7
2.	นายสุรศักดิ์ บ่อยกระโทก	อดีตผู้ใหญ่บ้าน
3.	นายบุญส่ง เป้ากระโทก	ผู้ช่วยวิจัย
งานประเพณีแซนโถงตา อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ		
1.	นายประสารท ศรีจักร	ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภوخุขันธุ์
2.	ผอ.นงคราญ แก้วจันทร์	ผู้อำนวยการ กศน. อำเภوخุขันธุ์
3.	นางจันทร์ จันทรชิต	ผู้ช่วยวิจัย
งานประเพณีบุญคูณลาน อำเภอสิ้ออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ		
1.	นายเกิด รัมย์เย็น	ผู้ช่วยวิจัย
2.	นายจารุวิทย์ ทองบุตร	ประธานสภาวัฒนธรรม (คนปัจจุบัน)
3.	นายประยูร แผลงศร	รองประธานสภาวัฒนธรรม

รายชื่อผู้เข้าร่วมระดมสมอง Focus group

งานหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี		
ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นางสาวรุจิรา วงษ์สามารถ	ผู้ประกอบการ ร้านระหว่างทาง
2	นายวีระพล จิรณภาวิบูลย์	ผู้ประกอบการ ร้านพันชาติ
3	นายบุญมี ล้อมวงศ์	ช่างฝีมือ
4	นายสมเนตร แวคุ้ม	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว
5	นายปริญญา กัตถัญญ	ช่างฝีมือ
6	นายบุตศรี ประทุมมาศ	ช่างฝีมือ
7	นายสมชาย เข้มเพชร	ช่างฝีมือ
8	นายสมคิด แหมรัมย์ย์	รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว
9	นายสุรียา โชคสวัสดิ์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
10	นายบุญยสฤษฏ์ อเนกสุข	ผู้วิจัย
11	นางกิตติพร โชประการ	ผู้วิจัย
12	นางสาวสมศรี ชัยวนิชยา	ผู้วิจัย
13	นางสาวพัชรี ธาณี	ผู้วิจัย

รายชื่อผู้เข้าร่วมระดมสมอง Focus group

งานหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์		
ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นางปราณี โสรกนิษฐ์	ช่างฝีมือ (การทอ)
2	นางนฤมล ตัดใจดี	ช่างฝีมือ (การทอ)
3	นายสุพจน์ โสฬส	ช่างฝีมือ (การฟอกย้อม)
4	นางอาภา สิริสุขะ	ช่างฝีมือ (การทอ)
5	นายมานพ โนนโพธิ์	ช่างฝีมือ (การฟอกย้อม)
6	นายสวิตต์ ตัดใจดี	ช่างฝีมือ (การฟอกย้อม)
7	แม่เปื่อน นุวรรณรัมย์	ช่างฝีมือ (การสาวไหม)
8	นางสุนิตย์ สุดใจ	ช่างฝีมือ (การเส้นไหม)
9	นางพินิจ กระแสบัว	ช่างฝีมือ (การทอ)
10	นายบุญยสฤษฏ์ อเนกสุข	ผู้วิจัย
11	นางสาวสมศรี ชัยวนิชยา	ผู้วิจัย
12	นางสาวพัชรี ธานี	ผู้วิจัย

รายชื่อผู้เข้าร่วมระดมสมอง (Focus group)

งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา		
ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นางภาวนา ประจิตต์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา
2	นางสาวชญาดา ศรีภูวงศ์	เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดนครราชสีมา
3	นางกุลธิดา ชูหมื่นไวย	นักพัฒนาการท่องเที่ยว เทศบาลตำบลด่านเกวียน
4	นายสนั่น บวชกระโทก	ช่างปั้น
5	นายเมี้ยน สิงห์ทะเล	ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ
6	นายอนุรักษ์ สิงห์ทะเล	ช่างปั้น
7	นายสนั่น แต่งกระโทก	ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ
8	นายสวัสดิ์ บ่อยกระโทก	ช่างปั้น
9	นายเสกสิน แก้ววิสัย	ช่างปั้น
10	นายชม ถอยกระโทก	ช่างปั้น
11	นายสมหมาย สิงห์ทะเล	ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ
12	นางพิกุล สิงห์ทะเล	ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ
13	นายบุญยสฤษฎ์ อเนกสุข	ผู้วิจัย
14	นางสาวสมศรี ชัยวนิชยา	ผู้วิจัย
15	นางสาวพัชรี ธานี	ผู้วิจัย

รายชื่อผู้เข้าร่วมระดมสมอง (Focus Group)

งานประเพณีบุญคุณลาน อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ		
ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายเกิด ร่มเย็น	ประธานสภาวัฒนธรรมลืออำนาจ (อดีต)
2	นายประยูร แผลงศร	รองประธานสภาวัฒนธรรมลืออำนาจ
3	นายจารุวิทย์ ทองบุตร	ประธานสภาวัฒนธรรมลืออำนาจ (ปัจจุบัน)
4	นายณัฐพล ทองอ้น	โรงเรียนชุมชนเปือยหัวดง
5	นางวิชนาภรณ์ นาท้าว	ปลัดอำเภอลืออำนาจ
6	นางกิตติพร โชประการ	ผู้วิจัย
7	นางสาวสมศรี ชัยวนิชยา	ผู้วิจัย
8	นางสาวพัชรี ธานี	ผู้วิจัย

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

กุลธิดา ชูหมื่นไวย ,15 ธันวาคม 2555. นักพัฒนาการท่องเที่ยว เทศบาลตำบลด่านเกวียน ตำบล
ด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

เกิด ร่มเย็น,23 พฤศจิกายน 2555. ประธานสภาวัฒนธรรมลืออำนาจ ตำบลอำนาจ อำเภอลือ
อำนาจจังหวัดอำนาจเจริญ.

จันทร จันทรชิต,12 ตุลาคม 2555,ตำบลขุขันธ์ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ.

ชญาดา ศรีภูวงศ์ , 15 ธันวาคม 2555. เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและกีฬา
จังหวัดนครราชสีมา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

ชม ถอยกระโทก ,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัด
นครราชสีมา.

นฤมล ตีตใจดี,25 สิงหาคม 2555, ช่างทอผ้าไหม ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์.

นงคราญ แก้วจันทร์,12 ตุลาคม 2555,ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาอนุบาล ตำบลขุขันธ์
อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ.

บุญมี ล้อมวงค์ . 2 สิงหาคม 2555, สมาชิกศูนย์ช่างหล่อหัตถกรรมทองเหลือง ตำบลปะอาว
อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี.

บุญส่ง เป้ากระโทก,26 สิงหาคม 2555.ช่างปั้น ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัด
นครราชสีมา.

ประยูร แผลงสร ,23 พฤศจิกายน 2555.รองประธานสภาวัฒนธรรมลืออำนาจ ตำบลอำนาจ
อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ.

ประสารท ศรีจักร,12 ตุลาคม 2555,ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอขุขันธ์ ตำบลขุขันธ์ อำเภอขุ
ขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ.

ปราณี โสรณิษฐ์,25 สิงหาคม 2555, ช่างทอผ้าไหม ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์.

พระครูสุตบุรพาสถิต (พระมหาพยนต์ สันตจิตโต). 2 สิงหาคม 2555, เจ้าอาวาสวัดบูรพาปะอาว
เหนือ ตำบลปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี.

พิกุล สิงห์ทะเล,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น / ผู้ประกอบการตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย
จังหวัดนครราชสีมา.

ภาวนา ประจิตต์ ,15 ธันวาคม 2555. ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน
จังหวัด นครราชสีมาตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์(ต่อ)

เมี้ยน สิงห์ทะเล,26 สิงหาคม 2555. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

รุจิรา วงษ์สามารถ,24 พฤศจิกายน 2555.ผู้จัดการร้านระหว่างทาง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี.

วีระพล จิรณภาพิบูลย์ ,24 พฤศจิกายน 2555.ผู้จัดการร้านพันชาติ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี.

สนั่น บวชกระโทก ,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

สนั่น แดงกระโทก,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

สวัสดี บ่อยกระโทก ,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้นตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

สุพจน์ โสฬส,25 สิงหาคม 2555, ผู้ใหญ่บ้านท่าสว่าง ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์.
สุรศักดิ์ บ่อยกระโทก,26 สิงหาคม 2555. ช่างปั้น ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

สุรียา โชคสวัสดิ์ .2 สิงหาคม 2555, อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ ตำบลเมืองศรีไค
อำเภวารินชำราบมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

เสกสิน แก้ววิสัย,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้นตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

สมเนตร แววกุ่ม 24 พฤศจิกายน 2555.นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว ตำบลปะอาว
อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี.

สมหมาย สิงห์ทะเล ,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น / ผู้ประกอบการ ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

อาภา สิริสุขะ,25 สิงหาคม 2555, ผู้ช่วยวิจัย ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์.

อนุรักษ์ สิงห์ทะเล ,15 ธันวาคม 2555. ช่างปั้น ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา.

แบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- 1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 2.อายุ ปี
- 3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา(ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
- 5.รายได้ บาท/เดือน
- 6.ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 1.ท่านมาร่วมงานประเพณีแซนโฌนตาเป็นครั้งที่.....
- 2.ท่านรู้จักงานประเพณีแซนโฌนตาจากช่องทางใด
 - 2.1 ☐ โทรทัศน์ 2.2 ☐ วิทยุ 2.3 ☐ โปสเตอร์
 - 2.4 ☐ เว็บไซต์ 2.5 ☐ บริษัทนำเที่ยว 2.6 ☐ คนรู้จัก
 - 2.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 3.วัตถุประสงค์ในการมาร่วมงานประเพณีแซนโฌนตา
 - 3.1 ☐ เพื่อศึกษาดูงาน 3.2 ☐ เพื่อพักผ่อน
 - 3.3 ☐ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก 3.4 ☐ ตามโปรแกรมนำเที่ยว
 - 3.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.ท่านมาที่งานประเพณีแซนโฌนตาอย่างไร
 - 4.1 ☐ รถส่วนบุคคล 4.2 ☐ รถเช่า
 - 4.3 ☐ รถบริษัทนำเที่ยว 4.4 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5.ท่านเดินทางมากับใคร
 - 5.1 ☐ คนเดียว 5.2 ☐ ครอบครัว 5.3 ☐ เพื่อน
 - 5.4 ☐ มากับบริษัทนำเที่ยว 5.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6.ท่านพอใจกิจกรรมใดของงานประเพณีแซนโฌนตา
 - 6.1 ☐ ประกวดกล้วยงามเมืองขุขันธ์ 6.2 ☐ ขบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน
 - 6.3 ☐ พิธีกรรมเซ่นไหว้บรรพบุรุษ 6.4 ☐ กิจกรรมการสาธิตการทำข้าวต้ม
 - 6.5 ☐ การออกร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก 6.6 ☐ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง
 - 6.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7.ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการร่วมทำกิจกรรม ประเพณีแซนโฌนตา
 - 7.1 ผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวม 7.2 ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้า
 - 7.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ 7.4 ค่าที่พัก
 - 7.5 ค่าพาหนะ 7.6 ค่าอาหาร
 - 7.7 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ลักษณะของงานประเพณี					
1.ชบวนแห่วัฒนธรรมพื้นบ้าน					
2.พิธีกรรมเช่นไหว้บรรพบุรุษ					
3.กิจกรรมเพื่อความบันเทิงในงาน					
4.การออกร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก					
5.ประกวดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การประกวดกลัวยามเมืองขุขันธ์					
6.ความเหมาะสมของช่วงเวลา ที่จัดงาน					
คุณค่าของงานประเพณี					
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายเขมร					
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของ อำเภอขุขันธ์ / จังหวัดศรีสะเกษ					
3.การอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี					
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก					
5.ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีท้องถิ่น เช่น การประกวดชบวนแห่ทางวัฒนธรรม เช่น การประกวดกลัวยามเมืองขุขันธ์					
มูลค่าของงานประเพณี					
1.เกิดกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น การประกวดชบวนแห่ทางวัฒนธรรม เช่น การประกวดกลัวยามเมืองขุขันธ์					
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่น					
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนนที่จอดรถ ป้ายบอกทาง					
4.ความสะดวกของที่พักรับ จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก ความสะอาด....					
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์					
6. ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในงานประเพณีเช่น โหม่งดา					

ส่วนที่4.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- 1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 2.อายุ ปี
- 3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา(ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
- 5.รายได้ บาท/เดือน
- 6.ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 1.ท่านเที่ยวชมบ้านด่านเกวียนเป็นครั้งที่.....
1.1 ☐ ครั้งแรก 1.2 ☐ ครั้งที่สอง 1.3 ☐ ครั้งที่สาม 1.4 ☐ มาทุกปี
- 2.ท่านรู้จักบ้านด่านเกวียนจากช่องทางใด
2.1 ☐ โทรทัศน์ 2.2 ☐ วิทยุ 2.3 ☐ โปสเตอร์ 2.4 ☐ เว็บไซต์
2.5 ☐ บริษัทนำเที่ยว 2.6 ☐ คนรู้จัก 2.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 3.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบ้านด่านเกวียน
3.1 ☐ เพื่อศึกษาดูงาน 3.2 ☐ เพื่อพักผ่อน 3.3 ☐ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก
3.4 ☐ ตามโปรแกรมนำเที่ยว 3.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.ท่านมาเที่ยวบ้านด่านเกวียนอย่างไร
4.1 ☐ รถส่วนบุคคล 4.2 ☐ รถเช่า 4.3 ☐ รถบริษัทนำเที่ยว
4.4 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5.ท่านเดินทางมากับใคร
5.1 ☐ คนเดียว 5.2 ☐ ครอบครัว 5.3 ☐ เพื่อน
5.4 ☐ มากับบริษัทนำเที่ยว 5.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6.ท่านพอใจผลิตภัณฑ์ใดของบ้านด่านเกวียน
6.1 ☐ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม 6.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย)
6.3 ☐ การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์ 6.4 ☐ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)
6.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7.ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการมาเที่ยวบ้านด่านเกวียน
7.1 ☐ ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย)
7.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)
7.3 ☐ ค่าที่พัก
7.4 ☐ ค่าพาหนะ
7.5 ☐ ค่าอาหาร
7.7 ☐ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านเกวียน					
1. ผลิตภัณฑ์ดินเผาในรูปแบบต่างๆ (ของตกแต่งบ้าน/ ของใช้สอย)					
2. การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์					
3. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)					
4. กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
คุณค่าของผลิตภัณฑ์					
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านด้านเกวียน					
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านด้านเกวียน					
3.การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวบ้านด้านเกวียน					
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก					
5.ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านด้านเกวียน เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
มูลค่าของผลิตภัณฑ์					
1.เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น					
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง					
4.ความสะดวกของที่พัก จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก ความสะอาด....					
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์					
6.ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในบ้านด้านเกวียน					

ส่วนที่4.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- 1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 2.อายุ ปี
- 3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา(ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
- 5.รายได้ บาท/เดือน
- 6.ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 1.ท่านเที่ยวชมบ้านทำส่วเป็นครั้งที่.....
 - 1.1 ☐ ครั้งแรก
 - 1.2 ☐ ครั้งที่สอง
 - 1.3 ☐ ครั้งที่สาม
 - 1.4 ☐ มาทุกปี
- 2.ท่านรู้จักบ้านทำส่วจากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)
 - 2.1 ☐ โทรทัศน์
 - 2.2 ☐ วิทยุ
 - 2.3 ☐ โปสเตอร์
 - 2.4 ☐ เว็บไซต์
 - 2.5 ☐ บริษัทนำเที่ยว
 - 2.6 ☐ คนรู้จัก
 - 2.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 3.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบ้านทำส่ว
 - 3.1 ☐ เพื่อศึกษาดูงาน
 - 3.2 ☐ เพื่อพักผ่อน
 - 3.3 ☐ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก
 - 3.4 ☐ ตามโปรแกรมนำเที่ยว
 - 3.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.ท่านมาเที่ยวบ้านทำส่วอย่างไร
 - 4.1 ☐ รถส่วนบุคคล
 - 4.2 ☐ รถเช่า
 - 4.3 ☐ รถบริษัทนำเที่ยว
 - 4.4 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5.ท่านเดินทางมากับใคร
 - 5.1 ☐ คนเดียว
 - 5.2 ☐ ครอบครัว
 - 5.3 ☐ เพื่อน
 - 5.4 ☐ มากับบริษัทนำเที่ยว
 - 5.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6.ท่านพอใจผลิตภัณฑ์ใดของบ้านทำส่ว
 - 6.1 ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ผืนผ้า)
 - 6.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื่อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง)
 - 6.3 ☐ การเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม
 - 6.4 ☐ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย)
 - 6.5 ☐ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม
 - 6.6 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7.ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการมาเที่ยวบ้านทำส่ว
 - 7.1 ☐ ผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 - 7.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ
 - 7.3 ☐ ค่าที่พัก
 - 7.4 ☐ ค่าอาหาร
 - 7.5 ☐ ค่าพาหนะ
 - 7.6 ☐ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ลักษณะของผลิตภัณฑ์บ้านท่าสว่าง					
1. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ผืนผ้า)					
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป (เสื้อ/ ผ้าถุง/ ผ้าคลุมไหล่/ กางเกง)					
3. การเยี่ยมชมโรงทอผ้าไหม					
4. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท/ กระสวย)					
5. กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
คุณค่าของผลิตภัณฑ์					
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านท่าสว่าง					
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านท่าสว่าง					
3.การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวบ้านท่าสว่าง					
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก					
5.ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านท่าสว่าง เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
มูลค่าของผลิตภัณฑ์					
1.เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก/ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น					
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอก ทาง					
4.ความสะดวกของที่พัก จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก ความ สะอาด....					
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์					
6.ความรู้สึกลดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในบ้านท่าสว่าง					

ส่วนที่4.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- 1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 2.อายุ ปี
- 3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา(ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
- 5.รายได้ บาท/เดือน
- 6.ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 1.ท่านเที่ยวชมบ้านปะอาวเป็นครั้งที่.....
1.1 ☐ ครั้งแรก 1.2 ☐ ครั้งที่สอง 1.3 ☐ ครั้งที่สาม 1.4 ☐ มาทุกปี
- 2.ท่านรู้จักบ้านปะอาวจากช่องทางใด
2.1 ☐ โทรทัศน์ 2.2 ☐ วิทยุ 2.3 ☐ โปสเตอร์ 2.4 ☐ เว็บไซต์
2.5 ☐ บริษัทนำเที่ยว 2.6 ☐ คนรู้จัก 2.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 3.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบ้านปะอาว
3.1 ☐ เพื่อศึกษาดูงาน 3.2 ☐ เพื่อพักผ่อน 3.3 ☐ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก
3.4 ☐ ตามโปรแกรมนำเที่ยว 3.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.ท่านมาเที่ยวบ้านปะอาวอย่างไร
4.1 ☐ รถส่วนบุคคล 4.2 ☐ รถเช่า 4.3 ☐ รถบริษัทนำเที่ยว
4.4 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5.ท่านเดินทางมากับใคร
5.1 ☐ คนเดียว 5.2 ☐ ครอบครัว 5.3 ☐ เพื่อน
5.4 ☐ มากับบริษัทนำเที่ยว 5.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6.ท่านพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใดของบ้านปะอาว
6.1 ☐ ผลิตภัณฑ์ทองเหลือง 6.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ
6.3 ☐ การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์ทองเหลือง 6.4 ☐ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)
6.5 ☐ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม 6.6 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7.ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการมาเที่ยวบ้านปะอาว
7.1 ☐ ผลิตภัณฑ์ทองเหลือง
7.2 ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ
7.3 ☐ ค่าที่พัก
7.4 ☐ ค่าอาหาร
7.5 ☐ ค่าพาหนะ
7.6 ☐ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ลักษณะของผลิตภัณฑ์บ้านปะอ่าว					
1. ผลิตภัณฑ์ทองเหลือง					
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ					
3. การเยี่ยมชมโรงผลิตผลิตภัณฑ์ทองเหลือง					
4. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆ (พวงกุญแจ/ แมกเนท)					
5. กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
คุณค่าของผลิตภัณฑ์					
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวบ้านปะอ่าว					
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปะอ่าว					
3.การอนุรักษ์และสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวบ้านปะอ่าว					
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก					
5.ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านปะอ่าว เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
มูลค่าของผลิตภัณฑ์					
1.เกิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ กิจกรรมบ้านพักสัมผัสวิถีวัฒนธรรม					
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น					
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง					
4.ความสะดวกของที่พัก จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก ความสะอาด....					
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์					
6.ความรู้สึกลดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในบ้านปะอ่าว					

ส่วนที่4.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- 1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 2.อายุ ปี
- 3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา(ปวส.) ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
- 5.รายได้ บาท/เดือน
- 6.ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 1.ท่านมาร่วมงานประเพณีบุญคูณลานเป็นครั้งที่.....
- 2.ท่านรู้จักงานประเพณีบุญคูณลานจากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)
 - 2.1 ☐ โทรทัศน์ 2.2 ☐ วิทยุ 2.3 ☐ โปสเตอร์
 - 2.4 ☐ เว็บไซต์ 2.5 ☐ บริษัทนำเที่ยว 2.6 ☐ คนรู้จัก
 - 2.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 3.วัตถุประสงค์ในการมาร่วมงานประเพณีบุญคูณลาน
 - 3.1 ☐ เพื่อศึกษาดูงาน 3.2 ☐ เพื่อพักผ่อน
 - 3.3 ☐ เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก 3.4 ☐ ตามโปรแกรมนำเที่ยว
 - 3.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.ท่านมาที่งานประเพณีบุญคูณลานอย่างไร
 - 4.1 ☐ รถส่วนบุคคล 4.2 ☐ รถเช่า
 - 4.3 ☐ รถบริษัทนำเที่ยว 4.4 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5.ท่านเดินทางมากับใคร
 - 5.1 ☐ คนเดียว 5.2 ☐ ครอบครัว 5.3 ☐ เพื่อน
 - 5.4 ☐ มากับบริษัทนำเที่ยว 5.5 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6.ท่านพอใจกิจกรรมใดของงานประเพณีบุญคูณลาน
 - 6.1 ☐ กิจกรรมสู่ขวัญข้าว 6.2 ☐ กิจกรรมทายกน้อย
 - 6.3 ☐ กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว 6.4 ☐ กิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง
 - 6.5 ☐ ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาจ 6.6 ☐ การออกร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก
 - 6.7 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7.ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการร่วมทำกิจกรรมประเพณีบุญคูณลาน
 - 7.1 ผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 7.2 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตจากข้าว
 - 7.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม/ ผ้าไหมทอมือ 7.4 ค่าที่พัก 7.5 ค่าพาหนะ
 - 7.6 ค่าอาหาร 7.7 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ระดับความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ลักษณะของงานประเพณี					
1.กิจกรรมสู่ขวัญข้าว					
2.กิจกรรมทายกน้อย					
3.กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว					
4.กิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง					
5.ขบวนแห่แสดงวิถีชีวิตชาวลืออำนาจ					
6.การออกร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก					
คุณค่าของงานประเพณี					
1.สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวลืออำนาจ					
2.ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชาวลืออำนาจ					
3.การอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี					
4.ก่อให้เกิดเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้คนต่างวัฒนธรรมได้รู้จัก					
5.ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีท้องถิ่น เช่น กิจกรรมประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว กิจกรรมทายกน้อย					
มูลค่าของงานประเพณี					
1.เกิดกิจกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ เช่น กิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว					
2.เกิดการกระจายรายได้ และกระจายสินค้าท้องถิ่น					
3.ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง					
4.ความสะดวกของที่พัก จำนวน ราคา ความปลอดภัย ความสะดวก ความสะดวก....					
5.ความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูล ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์					
6. ความรู้สึกปลอดภัยจากการรักษาความปลอดภัยในงานประเพณีบุญคุณลาน					

ส่วนที่4.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภูมิปัญญาหัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว



ภาพที่ 1: ศูนย์ผลิตหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว



ภาพที่ 2: พ่อบุญมี ล้อมวงค์ สาธิตการผลิตงานหัตถกรรมทองเหลืองด้วยเครื่องมือแบบดั้งเดิม



ภาพที่ 3: ขี้ผึ้งที่ถูกหลอมแล้วจะนำมาขึ้นลาย



ภาพที่ 4: การขึ้นลายโดยใช้เส้นขี้ผึ้ง



ภาพที่ 5 : ชิ้นลายเสร็จจะถูกนำไปผึ่งก่อนนำไปโอบด้วยดินอีกชั้น เพื่อเป็นเท้าสำหรับทองเหลือง



ภาพที่ 6: การโอบด้วยดินอีกชั้น เพื่อเป็นเท้าสำหรับทองเหลือง



ภาพที่ 7: เตาอุ่นเต้าก่อนจะถูกนำไปเททองเหลือง



ภาพที่ 8: เตาที่หล่อในเตามีรูปทรงหลากหลาย



ภาพที่ 9 : การเททองเหลืองที่ถูกหลอมเรียบร้อยแล้วลงในเบ้า



ภาพที่ 10 : การเททองเหลืองลงในเบ้าด้วยความระมัดระวัง



ภาพที่ 11-12 : หลังจากเข้าเย็นก็ทำการกระเทาะเบ้าออกจะเห็นทองเหลืองที่ถูกหลอม
ตามรูปทรงและลวดลายที่กำหนด





ภาพที่ 13-14 : ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองจะถูกนำมาตกแต่งความสวยงาม การขัด การเจียร และการกลึงให้ได้รูปทรงและขนาดตามที่ต้องการ



ภาพที่ 15-20 : ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทองเหลืองของบ้านปะอาว





ภูมิปัญญาหัตถกรรมทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง



ภาพที่ 13-14 : รูปแบบผ้าไหมที่ถูกแปรรูปเพื่อประโยชน์การใช้สอยมากยิ่งขึ้น เช่น เสื้อ กระโปรง





ภาพที่ 15: รูปแบบผ้าไหมที่ถูกแปรรูปเพื่อประโยชน์การใช้สอยมากยิ่งขึ้น เช่น เสื้อ กระโปรง



ภาพที่ 16: ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหม บ้านท่าสว่าง จ.สุรินทร์



ภาพที่ 11-12 : ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและผ้าโสร่งที่ทอเป็นผืนผ้าพร้อมจำหน่าย





ภาพที่ 9-10 : การทอผ้าไหมยกทอง บ้านท่าสว่าง อ.เมือง จ.สุรินทร์





ภาพที่ 1-2 : โรงเก็บน้ำย้อมสีธรรมชาติ





ภาพที่ 3 : การย้อมสีเส้นไหม



ภาพที่ 4 : การล้างเส้นไหมที่ย้อมด้วยน้ำแป้งมันเพื่อให้สีติดทน



ภาพที่ 5 : การปั่นเส้นไหมหลังจากย้อมสีเสร็จเพื่อแยกขนาดของเส้นไหม



ภาพที่ 6 : การกรอเส้นไหม



ภาพที่ 7 : การขึ้นลายผ้าไหมไหม



ภาพที่ 8 : หลังจากขึ้นลายผ้าไหมเสร็จจะไปสู่การทอเป็นผืนผ้า

ภูมิปัญญาหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน



ภาพที่ 1 :เตาเผาผลิตภัณฑ์ดินเผาแบบดั้งเดิมของชาวด่านเกวียน



ภาพที่ 2 : ผลิตภัณฑ์ดินเผาที่ถูกเผาบางส่วน และบางส่วนกำลังรอเข้าเตาเผา



ภาพที่ 3 :เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตงานหัตถกรรมดินเผา



ภาพที่ 4 :ช่างปั้นกำลังปั้นงานดินเผาอย่างพิถีพิถัน



ภาพที่ 5-6 :ช่างปั้นกำลังปั้นและออกแบบงานดินเผาตามรูปทรง





ภาพที่ 7-8 :รูปทรงต่างๆ ของงานดินเผาหลังจากที่ปั้นเสร็จก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการเผา



ภาพที่ 9-14 :รูปทรงต่างๆของผลิตภัณฑ์งานปั้นดินเผาที่รอจำหน่ายมีทั้งการลงสีและไม่ลงสี





ภูมิปัญญางานประเพณีแซนโฎนตา



ภาพที่ 1: พระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน (ตากะจะ) ผู้สร้างเมืองขุขันธ์
บรรพบุรุษของชาวไทยเชื้อสายเขมร อ.ขุขันธ์ จ.ศรีสะเกษ



ภาพที่ 2: ลานบวงสรวงหน้าอนุสาวรีย์พระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน (ตากะจะ)



ภาพที่ 3: การแต่งกายของชาวไทยเชื้อสายเขมร



ภาพที่ 4-5 : การร่วมขบวนแห่ของชาวไทยเชื้อสายเขมร



ภาพที่ 6: ขบวนแห่ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน เช่นพีชผัก และผลไม้



ภาพที่ 7: ขบวนแห่ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน เช่นพีชผัก และผลไม้



ภาพที่ 8: ขบวนแห่ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน เช่นพืชผัก และผลไม้



ภาพที่ 9: ขบวนแห่ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน เช่นพืชผัก และผลไม้



ภาพที่ 10: การออกร้านผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน



ภาพที่ 11: การออกร้านผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของชุมชนที่มาร่วมงาน



ภาพที่ 12-14: การประกวดกล้วยน้ำหว่า และการแลกเปลี่ยนซื้อขาย





ภาพที่ 15: ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP อ.เขื่อนขันธ์ จ.ศรีสะเกษ



ภาพที่ 16: ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP อ.เขื่อนขันธ์ จ.ศรีสะเกษ

ภูมิปัญญางานประเพณีบุญคูณลาน



ภาพที่ 1 : การประกอบพิธีกรรมการทำขวัญข้าว



ภาพที่ 2 : พิธีบวงสรวงพระแม่โพสพเพื่อความเป็นสิริมงคลต่อผลผลิตทางการเกษตร



ภาพที่ 3 : การจัดแสดงวิถีชีวิตชาวลื้ออานาง



ภาพที่ 4 : การแสดงผลิตผลทางการเกษตรชาวลื้ออานาง



ภาพที่ 5 : ชุมนุมสาธิตการแสดงศิลปวัฒนธรรมของชาวลี้อำนาจ



ภาพที่ 6 : ชุมนุมสาธิตการทำผ้าไหมของชาวลี้อำนาจ



ภาพที่ 7 : เวทีการแสดงมหรสพ กลางแจ้งภายในงาน



ภาพที่ 8 : การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ของชาวสีขาสาน



ภาพที่ 9 : การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ของชาวลืออำนาจ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม



ภาพที่ 10 : การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ของชาวลืออำนาจ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย