

1.2 แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์ตามภูมิภาค เพิ่มมูลค่า และเชื่อมโยง AEC



ภาคเหนือ

มีเอกลักษณ์ คือ ชาติพันธุ์ ซึ่งมีเรื่องราวของชนชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตและความศรัทธาทางศาสนาเป็นตัวเชื่อมโยง จึงได้นำลักษณะของชาติพันธุ์และความศรัทธาทางศาสนาออกมาเป็นอัตลักษณ์ เพื่อการท่องเที่ยวทั้งผลิตภัณฑ์กิจกรรมและบริการ เช่น เรื่องราวของพระธาตุ และอาณาจักร 5 เชียง เรื่องราวของชนชาติไทย และเรื่องราวของการอพยพ ของชาวจีนยูนานสู่ประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้นำช้าง ซึ่งมีความใกล้ชิดและสำคัญในวิถีชีวิตมาออกแบบเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง



ภาคกลาง

ลักษณะทางกายภาพของภาคกลางที่สำคัญคือ ลุ่มแม่น้ำ ซึ่งมีสายพันธุ์ปลา ชนิดต่างๆ มากมาย จึงได้นำมาออกแบบเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางสายน้ำได้ เช่น กิจกรรมการล่องเรือ การตกปลา การทำอาหาร และเป็นของที่ระลึก ของใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ภาคกลางยังมีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้ เช่น กิจกรรมชมเมืองอยุธยาทางน้ำ กิจกรรมชมเมืองธนบุรี และรัตนโกสินทร์ (กลางคืน) ผนวกกับการสร้างตลาดบก กิจกรรมการแสดงพร้อมการจัดแสงสี



ภาคอีสาน

ภาคอีสานตอนบนมีเอกลักษณ์พิเศษคือ เรื่องราวของโลกล้านปี และไดโนเสาร์ (Jurassic park) ซึ่งได้ขุดพบซากของไดโนเสาร์ เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดกาฬสินธุ์ จึงสามารถนำลักษณะพิเศษทางภูมิประเทศและไดโนเสาร์ เป็นอัตลักษณ์ออกแบบเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เส้นทางไดโนเสาร์ และออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้ง หน้ากากเมือง เครื่องใช้ และของฝากของที่ระลึกได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำเอกลักษณ์พิเศษของบางท้องถิ่น เช่น ลักษณะของลวดลาย เครื่องปั้นดินเผา ยุคบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี หรือเรื่องราวความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค ตามตำนานทางพุทธศาสนา ซึ่งเป็นความเชื่อเดียวกันกับประเทศเพื่อนบ้าน แนวฝั่งแม่น้ำโขง มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมและของที่ระลึกได้ **อีสานตอนล่าง**มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดคือ **ปราสาทหิน** ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์(ชัยภูมิ-นครราชสีมา-บุรีรัมย์-สุรินทร์) ร่วมกับจังหวัดอุบล และต่อเนื่องถึงปราสาทหินในประเทศลาวเส้นทางหนึ่ง และเส้นทางนครชัยบุรินทร์ร่วมกับจังหวัดศรีสะเกษ ต่อเนื่องมาถึงเขาพระวิหาร (ประเทศกัมพูชา) อีกเส้นทางหนึ่ง ซึ่งสามารถนำรูปทรงของปราสาทหินและองค์ประกอบต่างๆ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและหน้ากากเมือง



ภาคใต้

มีทรัพยากรทางทะเล มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทรัพยากรทางทะเล เช่น พะยูน โลมา ม้าน้ำ ประการัง ฯลฯ สามารถนำมาออกแบบร่วมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์พิเศษ เช่น เรือกอและ (ลักษณะเรือและลวดลาย) หรือ นำมวยไชยา มาออกแบบเป็นอัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวของอาณาจักรศรีวิชัย พระธาตุเมืองนครศรีธรรมราช เส้นทางค้าขายโบราณ “เส้นทางตะกั่วป่า” ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมทะเลฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน มีชุมชนโบราณและเรื่องราวของ “ลูกปัด” มาสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกเหนือจากการขายแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

1.3 แนวคิดที่สำคัญของการออกแบบ

- อัตลักษณ์ จะต้องเป็นเรื่องราว (Story) เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าได้
- อัตลักษณ์ จะต้องสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเชื่อของคนในท้องถิ่นนั้น
- อัตลักษณ์ จะต้องสะท้อนแนวคิดและภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ตกทอดกันมา
- อัตลักษณ์ จะต้องสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้งบริการและผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกได้ เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้มาใช้บริการและเกิดการซื้อซ้ำ
- อัตลักษณ์ จะต้องเป็นตัวแทนของภูมิภาคได้ เพื่อความชัดเจนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์

1.4 อัตลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเบื้องต้น

ภาคเหนือ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ลักษณะของชาติพันธุ์
2. วิถีชีวิต วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี



ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์ (Graphic Design)
2. แบบลายพิมพ์จากลักษณะชาติพันธุ์
3. ภาพการแสดงแนวคิดการปรับแต่งภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว
4. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมและการเชื่อมโยง กลุ่ม

ภาคอีสาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. โลกยุคไดโนเสาร์ (Geo Park or Jurassic Park)
2. ศิลปะยุคบ้านเชียง (ลวดลายและรูปทรง) อุทยานประวัติศาสตร์บ้านเชียง
3. พญานาค (ตำนานและความเชื่อ)
4. เอกลักษณ์พิเศษเฉพาะถิ่น เช่น ดอกบัวแดงที่ทะเลบัวแดง บึงหนองหาน จังหวัดอุดรธานี
5. รูปทรงปราสาทหิน(ยุคอารยธรรมขอมและยุคอื่นๆ)
6. ศิลปะการจำหลักลาย ปูนปั้น ลายกลีบบัว นางอัปสร ฯลฯ



7. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ดอกกระเจียว มอหินขาว ตัวไหม (हनอนและผีเสื้อ)

8. หรือลักษณะดอกไม้ป่าหน้าหนาว จังหวัดชัยภูมิ

9. ตำนานและความเชื่อต่างๆ เช่น ตำนานการเกิดเมืองมุกดาหาร

ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์ จากสัญลักษณ์
2. ภาพแนวคิดเบื้องต้นการปรับแต่งเอกลักษณ์เมือง (หน้ากากเมือง เช่น ชุม ประตุมือง ฯลฯ)
3. ภาพแนวคิดเบื้องต้นการปรับแต่งภูมิทัศน์ (เพื่อกำหนดกิจกรรมเชื่อมโยงเป็นเส้นทางสายปราสาท)
4. ภาพลายพิมพ์จากอัตลักษณ์ต่างๆเช่น ลายพิมพ์รูปทรงปราสาท
5. ภาพผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทของฝากของที่ระลึก ของใช้ เครื่องประดับ ของตกแต่ง เสื้อผ้า ฯลฯ
6. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมและการเชื่อมโยง เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว เรื่องเล่าเกี่ยวกับตัวไหม

ภาคกลาง

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ลักษณะของสายน้ำ รูปทรงของแม่น้ำ
2. วัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่มแม่น้ำ (เจ้าพระยา)



ผลผลิตจากการออกแบบ

1. ภาพจำลองภูมิทัศน์ โครงการท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรมลุ่มน้ำเจ้าพระยา

ภาคใต้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ทรัพยากรทางทะเลภาคใต้ เช่น ปลาโลมา ม้าน้ำ
2. วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของภาคใต้ เช่น เรือกอและ
3. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ศิลปะมวยไชยา ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์
2. อัตลักษณ์เมือง เช่น ชุมประตุมือง การตกแต่งสถานที่ต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยรูปประติมากรรม (Sculpture) ต่างๆ หรือที่จัดจรรย์านสำหรับนักท่องเที่ยวจากภาพลักษณ์ ปลาโลมา ม้าน้ำ และลายเรือกอและ
3. ของฝากของที่ระลึก จากท่ามวยไชยา (แบบจำลอง)

2. กิจกรรมเชื่อมโยงภูมิภาค

: ค้นหาเสน่ห์แห่งการท่องเที่ยวแนวใหม่ และวิเคราะห์ออกแบบอัตลักษณ์ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางกิจกรรมการท่องเที่ยว พร้อมข้อเสนอแนะ

การแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในภาคการท่องเที่ยวในความหมายเชิงแคบ คือการค้นพบ (Discovery) ส่วนในความหมายเชิงกว้างอาจหมายถึงการพัฒนาแนวคิด ของทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้เกิดแนวคิด (concept idea) ใหม่ ทั้งการออกแบบภาพลักษณ์ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ ฯลฯ เพื่อให้เป็นสิ่งใหม่ในการรับรู้ของผู้บริโภค (Perception) และทำการนำเสนอผู้บริโภคอีกครั้งหนึ่ง (Re Launch)

ทั้งนี้สิ่งที่นำเสนอจะต้องน่าสนใจกว่าของเดิม ซึ่งทำได้โดยการบูรณาการความคิดให้เป็นหนึ่งเดียว (Integration) และมีความเชื่อมโยงกัน

การกำหนดอัตลักษณ์ในแนวคิดใหม่ก็อยู่ในกรอบความคิดเดียวกันนี้ อย่างไรก็ตามไม่ว่าการค้นพบ หรือกำหนดแนวคิดทั้งแหล่งท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ก็เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สามารถเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวจากการซื้อผลิตภัณฑ์ บริการ การพำนักรับประทานอาหาร ตลอดจนการท่องเที่ยวซ้ำ (Repeated Visits) และจากการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีไทยเป็นศูนย์กลาง ทำให้เกิดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ มีมาตรฐานที่สูงขึ้น สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น จนกระทั่งยินยอมที่จะใช้จ่ายมากขึ้นในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนั่นเอง

ดังมีรายละเอียดของแนวคิดและการเชื่อมโยงตามกรณีศึกษาดังนี้



ภาคเหนือ

กำหนดให้จังหวัด

เชียงราย

จังหวัดต้นแบบของการเชื่อมโยง การท่องเที่ยว กับ ประเทศเพื่อนบ้าน มีความเหมาะสม ในด้านยุทธศาสตร์ โดยการใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อการเชื่อมโยง

1) อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

เป็นแนวคิดย้อนรอยอดีตเพื่อเรียนรู้ เกี่ยวกับชาติพันธุ์ของตนเอง เช่น ชนชาติไต (ไทหรือไทย) นำมาพัฒนาเป็นกิจกรรม และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเชื่อมโยง กับเมือง และประเทศต่างๆที่มีชาติพันธุ์ที่อยู่ ทั้ง พม่า ไทย ลาว เวียดนาม และจีน ตอนใต้ เช่น

ประเทศจีน มีไทลื้อ ไทใหญ่ ไทลาย (ไทนา) ไทลาฯ

- ประเทศเวียดนาม มี ไทลื้อ ไทดำ ไทขาว ไทแดง ฯลฯ

- ประเทศลาว มี ไทลาว ไทขาว ไทดำ ไทลื้อ ไทพวน ฯลฯ

- ประเทศกัมพูชา มี ไทสยาม ฯลฯ

- ประเทศมาเลเซีย มี โอริงเซียม (ชาวมลายูเชื้อสายไทย) ไทลังกา ฯลฯ

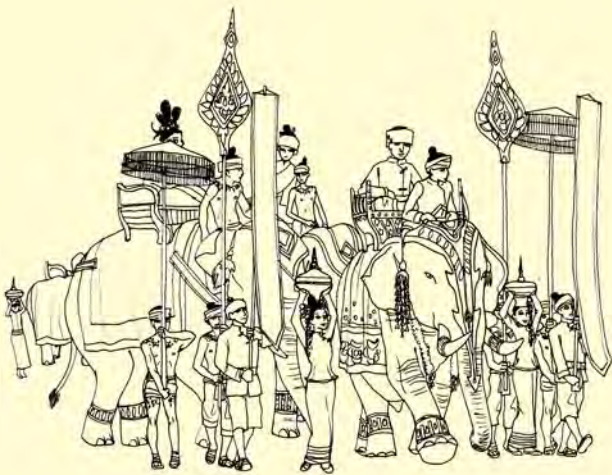
- ประเทศพม่า มี ไทใหญ่ ไทลื้อ ไทยอง ไทสยาม ฯลฯ

โดยจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างเป็นเมืองคู่แฝดทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นพันธมิตรในการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

2) เส้นทางท่องเที่ยวแนวอารยธรรม และอาณาจักรโบราณ

เป็นการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และอารยธรรม โดยกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยว ได้ 2 ลักษณะ

1. อาณาจักร 5 เชียง คือ เชียงแสน(ไทย) เชียงรุ่ง (จีน) เชียงทอง(ลาว) เชียงใหม่(ไทย) เชียงตุง(พม่า)
2. อาณาจักรโบราณต่างๆ ที่เคยรุ่งเรือง คือ เชียงแสน(ไทย) สิบสองปันนา(จีน) ล้านช้าง(ลาว) ล้านนา(ไทย) พุกาม(พม่า) ขอม(เขมร) ศรีวิชัย(ไทย) อโยธยา(ไทย) อาณาจักรมอญ(หงสาวดี พม่า) อาณาจักรน่านเจ้า เป็นต้น



3) เส้นทางบูชา พระธาตุ

จากความศรัทธาในตำนานพระพุทธศาสตร์ มาพัฒนาเป็น อัตลักษณ์ เพื่อเชื่อมโยง และจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวได้ เช่น

1. สายธารแห่งศรัทธาบูชาพระธาตุดอยตุงรำลึก (รำลึกคุณสมเด็จพระย่า) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับ

- พระธาตุเชียงตุงเมืองสิงห์ ประเทศลาว (มีประวัติใกล้เคียงพระธาตุดอยตุงของไทย)

- พระธาตุอื่นๆในวัฒนธรรมเดียวกันเช่น พระธาตุเมืองเชียงตุงพม่า และ เมืองสิบสองปันนาในประเทศจีน

2. บูชาพระธาตุ 12 ราศี คือพระธาตุประจำปีเกิด ซึ่งเกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในประเทศไทย 7 จังหวัด และเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า พุทธศตวรรษที่

ประเทศไทย 7 จังหวัดคือ เชียงใหม่ ลำปาง แพร่ น่าน นครพนม ลำพูน เชียงราย



4) เส้นทางแห่งชาติ

เป็นการเชื่อมโยงโดยใช้เหตุการณ์ทางประวัติ ของการอพยพของกองพล 93 ของจีน มาสู่ประเทศไทย ตามจุดต่างๆในยุคการเปลี่ยนแปลงการปกครองของจีน

การจัดกิจกรรม

1. ตามรอยเส้นทางชา เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางเดินของกองพล 93 ย้อนไปสู่ประเทศพม่า และ จีน
2. ชิมชาवासุ
 - จัดกิจกรรมชิมชา
 - จัดกิจกรรมประกวดชา
 - จัดกิจกรรมการแสดง การละเล่น และ วิถีชีวิตของจีน

3. จัดประกวดการถ่ายภาพ และงานศิลป์ จัดประกวดภาพถ่าย เขียนภาพ เพื่อแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวจีนบนดอยสูง

ข้อเสนอแนะ

1. จัดสร้าง ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์สารสนเทศ เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้และบริการเพื่อการท่องเที่ยว ชชาติพันธุ์ ที่บริเวณกลุ่มพื้นที่ดอยทอง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
2. ปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่กลุ่มดอยทอง เพื่อให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และให้เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธุ์ รวมถึงดอยพระบาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
3. พัฒนา พื้นที่กลุ่มดอยทอง ให้เป็นชุมชน ช่างสาขาต่างๆ และเป็นชุมชนศิลปิน เพื่อแสดงแก่นักท่องเที่ยว และผลิตของฝากของที่ระลึก
4. พื้นฟูสลา หรือ สกูลช่างต่างๆของภาคเหนือ ช่างแกะ ช่างตีโลหะ ช่างบุ ฯลฯ เพื่อผลิตสินค้า ของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ของภาคเหนือ
5. นำแนวคิดเรื่องชาติพันธุ์ มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทของฝากของที่ระลึก
6. พัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ ริมฝั่งแม่น้ำโขง บริเวณเมืองเชียงแสนให้มีแนวคิด เรื่องชาติพันธุ์ที่ชัดเจน สื่อความหมายได้มีความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ดูระเกะระกะ เลอะเทอะอย่างปัจจุบัน
7. พัฒนามัคคุเทศน์ ให้มีความรู้ ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านชาติพันธุ์ และมีความเชี่ยวชาญในภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และจีน และให้มีปริมาณที่เพียงพอ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
8. สร้างทางรถไฟสู่เชียงราย และเชื่อมโยงทุกจังหวัดในภาคเหนือรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนร่วมกัน
9. กำหนดวิชาช่าง และศิลปล้านนา ให้เป็นหลักสูตรการศึกษาแก่เยาวชนในภูมิภาค เพื่อเป็นการสืบทอดและสร้างอาชีพ
10. พัฒนาพื้นที่อื่นๆ ที่สามารถสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงกับภูมิภาคได้ เช่น แม่สะลอง ผาตั้ง ฯลฯ ให้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และมีกิจกรรม ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
11. นำเอกลักษณ์ประจำถิ่นมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ เช่น สปรตนางแล และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีแนวคิดที่ชัดเจนจริงจัง
12. สร้างเมืองพันธมิตรในประเทศต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงและร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในยุค AEC
13. ภาครัฐควรมีแนวคิดที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรม ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าใจและเดินในทิศทางที่ตรงกันไม่ขัดแย้ง



แพร่

ประตูสู่ภาคเหนือ จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นทางผ่าน สู่จังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆในภาคเหนือ สามารถพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1) เจ้าหลวงเมืองแพร่

คน เมืองแพร่ มีความเชื่อว่า เจ้าหลวง พิริยชัยเทพวงศ์ ไม่ใช่ผู้ต้องอาญาจนต้องลี้ภัย แต่เป็นผู้เสียสละตัวเอง เพื่อไม่ให้ประเทศสยามต้องเผชิญหน้า กับ อังกฤษ ผู้เป็นนายจ้างของพวกเขาที่ก่อกบฏ มิเช่นนั้นเมืองแพร่อาจต้องตกอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษ นับเป็นเจ้าหลวงเมืองแพร่ องค์สุดท้าย แต่ยังมีทายาทสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน

การเชื่อมโยง : อัญเชิญเจ้าหลวงสู่เสือน

กลุ่มเชื้อสายเจ้าหลวงพิริยชัยเทพวงศ์ เดินทางล่องโขงไปหลวงพระบาง ทำพิธีอัญเชิญเจ้าหลวงสู่เมืองแพร่ และจัดพิธีบวงสรวงและสืบทอด พิธีกรรมเฉลิมฉลองเป็นประจำ โดยมีการแสดงการเล่นต่างๆ ที่คุ้มเจ้าหลวง และคุ้มอื่นๆที่ทายาทครอบครองอยู่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชม และเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว แพร่-น่าน และ หลวงพระบาง เข้าด้วยกัน

นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวของคุ้มหลวง และพระตำหนักต่างๆที่สร้างจากไม้สักที่ยังเหลืออยู่

กิจกรรม

- ล่องโขงสู่หลวงพระบางัญเชิญเจ้าหลวงกลับแพร่
- จัดพิธีบวงสรวงเฉลิมฉลองเจ้าหลวงสู่เยือนและการละเล่น
- บูรณะซ่อมแซมคุ้มต่างๆ ให้อยู่ในสภาพเสมอเหมือนอดีต
- จัดงานสืบชะตาและงานบวงสรวงเป็นประเพณีทุกปี

2) อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

สร้างเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยง ดึงเชียงราย และจังหวัดอื่นๆในภาคเหนือ และประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน

3) ตำนานพระพุทธรูปศาสนา

- พระธาตุ 12 ราศี (พระธาตุซอแฮ) เพื่อเชื่อมโยงเชียงราย และจังหวัดอื่นๆที่มี พระธาตุคู่ประเทศพม่าและอินเดีย

- บูชาพระธาตุที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ (พระธาตุซอแฮ, พระธาตุจอมแห้ง) เชื่อมโยง พระธาตุดอยตุง ที่เชียงราย และพระธาตุ อื่นๆที่มีตำนานประดิษฐาน พระบรมสารีริกธาตุ

4) ไม้สัก

โรงเรียนป่าไม้แพร่ พิพิธภัณฑไม้สัก 3 แห่ง แพร่จึงเป็นเมืองหลัก ของสวนป่า ธรรมชาติ เพื่อการเรียนรู้ และ เป็นจุดเริ่มต้นของการย้อนรอยค้นหา วัง คำหนัก และเรือนไม้สัก ที่มีชื่อเสียง เป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

5) เต่าปูลู

เป็นตำนานที่จัดอยู่ตามน้ำตกและลำธารในป่า ธรรมชาติ ประเทศไทยพบใน จังหวัดน่าน พิจิตรโลก ลำปาง เลย อุตรดิตถ์ และ จังหวัดแพร่ ที่บ้านนาตอง ลักษณะพิเศษ คือหางยาว หัวใหญ่ ไม่สามารถหลบเข้าไปในกระดองได้ และยังสามารถพบได้ในประเทศจีนตอนใต้ ลาว เวียดนาม พม่า กัมพูชา มาเลเซีย

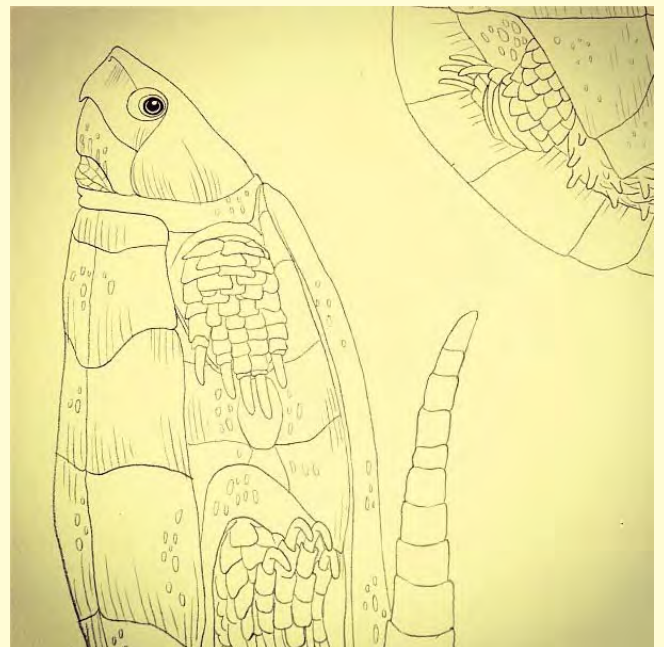
การเชื่อมโยง : ตามรอยปูลู

กิจกรรม

1. สร้างเป็นอัตลักษณ์ เพื่อเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเส้นทางเต่าปูลู
2. สร้างเป็นอัตลักษณ์ เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ตราสินค้า ต่างๆ และลายกราฟิก
3. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ดูเต่าปูลู นอน Home stay กินอาหารเมือง
4. ประกวดงานศิลป์ แขนงต่างๆจากเต่าปูลู
5. จัดเส้นทาง ท่องเที่ยวตามรอยเต่าปูลู เชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ และประเทศ ต่างๆ ใน ASEAN

ข้อเสนอแนะ

- จัดพิธีอัญเชิญ เจ้าหลวงพิริยะชัยเทววงศ์ กลับสู่เมืองแพร่ และ จัดงานเฉลิมฉลองในแต่ละปี
- บูรณะคุ้มต่างๆ ซึ่งเป็นเรือนไม้สักให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์
- รื้อฟื้นโรงเรียนป่าไม้แพร่ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ การทำสวนป่าและท่องเที่ยว
- บูรณะปรับปรุง พิพิธภัณฑไม้สักและอาคารที่ทำการเดิมต่างๆ ของ บ.อีสานเอเชียทค
- ปลูกสวนป่าสัก และสวนป่าธรรมชาติ เพื่อเป็นอัตลักษณ์เมืองและเป็นแหล่งเรียนรู้
- อนุรักษ์ เต่าปูลู อย่างเป็นระบบ ก่อน สูญพันธุ์ และ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีสภาพความพร้อมและให้ชาวบ้านมีความคิดอนุรักษ์มากกว่าเดิม





ภาคอีสาน

กำหนดให้จังหวัด

ชัยภูมิ

เป็นจังหวัดทางภาคอีสานตอนล่างที่ถูกเลือกตามคำร้องขอของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสมาชิกสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย จังหวัดชัยภูมิให้หาแนวทางเพื่อให้ชัยภูมิสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลอดทั้งปีจากปัจจุบันซึ่งนักท่องเที่ยวจะมาเฉพาะฤดูดอกกระเจียวบาน ทั้งๆ ที่ชัยภูมิมีทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจมากมาย

1) ปราสาทหิน

การกำหนดปราสาทหินให้เป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของชัยภูมิก็เพื่อเป็นนัยให้ชัยภูมิเป็นศูนย์กลาง และเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน เพราะชัยภูมิเป็นนครโบราณที่ยังมีอารยธรรมของยุคขอมหลงเหลืออยู่คือปราสาทภู บ้านหนองบัว ตำบลในเมือง ภูแดง ตำบลแร่ (วัดกุดยาง) และปราสาทภู บ้านหนองแฝก ตำบลบ้านเต่า เป็นหลักฐานปรากฏอยู่ ซึ่งชัยภูมิเป็นจุดปลายทางของเส้นทางปราสาทหินภาคอีสานเมื่อเดินทางมาจากจุดเริ่มต้นที่เขมร แต่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน เมื่อเดินทางจากภาคอีสานของไทยตามแนวคิดของเส้นทางท่องเที่ยว นครชัยบุรินทร์ (ชัยภูมิ

นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์) แต่ควรพัฒนาเส้นทางเพิ่มขึ้นเป็น 2 เส้นทาง คือ
- นครชัยบุรินทร์ + จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเชื่อมเส้นทางถึงปราสาทหินเขาพระวิหารประเทศกัมพูชา

- นครชัยบุรินทร์+จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวปราสาทหินในประเทศลาว

ซึ่งเมื่อรวม 2 เส้นทางแล้วจะมีปราสาทที่อยู่ในไทยทั้งสิ้นประมาณ 133 ปราสาท ซึ่งนับว่าเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

กิจกรรม

1.1 การปรับแต่งภูมิทัศน์และการสร้างอัตลักษณ์เมือง

1.2การสร้างกิจกรรมซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมยุคขอม ซึ่งต้องทำอย่างจริงจังให้มีความศักดิ์สิทธิ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกศรัทธา และซาบซึ้งถึงบรรยากาศของการท่องเที่ยว

1.3พัฒนาศูนย์ข้อมูล แผนที่บอกทาง ป้ายบอกทาง ตลอดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน และสร้างสื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว

1.4 ประสานร่วมมือกับทุกจังหวัด ตลอดเส้นทางให้ร่วมจัดกิจกรรมพร้อมๆ กัน เพื่อความเด่นชัดของเส้นทางท่องเที่ยวนี้

1.5 พัฒนาคอนเซ็ปต์ชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถผลิตสินค้าที่มาจากอัตลักษณ์เพื่อสร้างรายได้ทั้งของฝาก ของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ของใช้ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1.6 ประสานร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อประสานผลประโยชน์ทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน

1.7 สร้างทางรถไฟเชื่อมจังหวัดชัยภูมิ และนครราชสีมา

2).มอหินขาว

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีก้อนหินเป็นเอกลักษณ์พิเศษ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 500-600 เมตร

แนวคิด

การนำเอกลักษณ์พิเศษของก้อนหินขนาดใหญ่ ซึ่งมีรูปร่างแปลกตา ยืนเรียงรายอยู่บนมอหินขาว และสภาพทางภูมิศาสตร์ มาออกแบบเป็นอัตลักษณ์ เพื่อการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

· นำมอหินขาวมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เป็น Landmark และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

· เพื่อยืดช่วงเวลากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดชัยภูมิ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในฤดูหนาว (พ.ย.-ก.พ.) นอกเหนือจากดอกกระเจียวในฤดูฝน (มิ.ย.-ส.ค.)

· เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพืชเกษตรที่เพาะปลูกด้วยการแปรรูปพืช

เกษตรที่เพาะปลูกอยู่แล้ว เช่น สับปะรด หรือส่งเสริมพืชเกษตรอย่างอื่น เช่น ไม้ดอกเมืองหนาวไม้ดอกเศรษฐกิจอื่นๆ ซึ่งนอกจากจำหน่ายได้แล้วยังปรับภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยวขึ้น

- เพื่อให้เกิดแนวคิดในการเชื่อมโยงกับภูมิภาคอื่นที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์แปลกตา

3) ผ้าไหมบ้านเขว้า

เป็นชุมชนผลิต จำหน่ายผ้าและเครื่องใช้จากผ้าไหม ซึ่งเป็นที่นิยมมากกระยะหนึ่งและเริ่มสู่ภาวะที่ตกต่ำลง เพราะนำผ้าไหมด้อยคุณภาพจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย จนผู้บริโภคขาดความเชื่อถือ

แนวคิด คือ เปลี่ยนจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาเกี่ยวกับไหมครบวงจร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยใช้ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์จากไหม
- เพื่อแก้ปัญหาการตกต่ำของหมู่บ้านหัตถกรรมบ้านเขว้า อันสืบเนื่องมาจากการขาดความเชื่อถือของผู้บริโภค
- เพื่อยืดเวลาการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอยู่ยาวนานขึ้น โดยการออกแบบให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับไหม ตั้งแต่การเลี้ยง การสาวไหม การทอ และการออกแบบสวดลาย ฯลฯ
- เพื่อเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวโดยการนำอัตลักษณ์มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ประเภทของฝากของที่ระลึกและของใช้
- เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนภูมิปัญญากับแหล่งผ้าไหมอื่นๆ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม จีน ฯลฯ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ไหมเช่นเดียวกัน โดยศึกษาข้อมูลจากศูนย์เลี้ยงไหมบูรพา 14

กิจกรรม

1. Rebranding จากแหล่งขายผ้าไหมเป็นชุมชนภูมิปัญญา เพื่อการเรียนรู้ผลิตและท่องเที่ยวเกี่ยวกับไหม
 - 1.1 จัดอบรมถ่ายทอดภูมิปัญญาและแนวคิดที่ยั่งยืนเกี่ยวกับไหม การเลี้ยง เส้นใย การทอ สร้างผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการทางธุรกิจเพื่อให้ชุมชนถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยว
2. อบรมการออกแบบ Graphic Design และ Product Design เพื่อความหลากหลายและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์
 - 2.1 เตรียมสถานที่อบรม
 - 2.2 จัดหา Graphic และ Product Designer
 - 2.3 อบรมเชิงปฏิบัติการและจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
 - 2.4 ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ
3. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอนทอผ้าและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การทอต่อเนื่อง
 - 3.1 สร้างศูนย์เลี้ยงตัวไหม ศูนย์ทอไหม เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้
 - 3.2 จัดเตรียมที่พัก ปรับปรุงบ้านให้เป็น Home Stay

- 3.3 ออกแบบและทำเครื่องทอผ้า Knock Down ขนาดเล็ก ราคา ย่อมเยา เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปทอผ้าที่บ้านได้เพื่อจะได้ซื้อวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง
- 3.4 รัฐสนับสนุนการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภค

4. สร้างสื่อเผยแพร่กิจกรรมและผลิตภัณฑ์และหาช่องทางจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)

- 4.1 ทำ website เพื่อประชาสัมพันธ์
- 4.2 ออกสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยรัฐสนับสนุน
- 4.3 รัฐสนับสนุนให้ออกงานแสดงผลผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อการประชาสัมพันธ์และ จับคู่ทางธุรกิจ

5. สร้างมาตรฐานของกิจกรรมและ

- 5.1 รัฐและผู้ประกอบการร่วมกันสร้างมาตรฐานและออกแบบมีตรารับรองคุณภาพ
- 5.2 ผู้ประกอบการร่วมมือกันไม่นำผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตอื่นมาจำหน่าย

4) ดอกกระเจียว

เอกลักษณ์ประจำถิ่น ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง คือ ดอกกระเจียวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชมเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูฝนของแต่ละปี จึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ดอกกระเจียว ทั้งตราสัญลักษณ์ แบบภาพพิมพ์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะแบบภาพพิมพ์ เพื่อให้สามารถเข้าร่วมกับผลิตภัณฑ์ผ้า เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประจำจังหวัด

5) ใบเสมาบ้านกุดโง้ง

เป็นศิลาจำหลักยุคทวารวดีที่มีลักษณะพิเศษ คือเป็นใบเสมาที่มีการแกะสลักเป็นภาพและเรื่องราวต่างๆ เช่น พระอวโลกิเตศวร ภาพการแสดงธรรม ฯลฯ พบกระจายอยู่ตามทุ่งนาที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าอย่างยิ่ง และสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีโบราณวัตถุ และโบราณสถานยุคทวารวดี ทั้งในและต่างประเทศ บ้านกุดโง้ง ยังสามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่โดยทางเรือจากในเมืองและชมใบเสมาด้วยรถอีแต่นได้ เพื่อสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยว

6) บึงละหาน

บึงน้ำจืดขนาดใหญ่กว่า 16,000 ไร่ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาและอนุรักษ์พันธุ์ไม้น้ำ นอกจากนี้ยังมีนกอพยพมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในช่วงฤดูหนาว มีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชมได้ทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว เพื่อยืดฤดูกาลท่องเที่ยวให้แก่ชัยภูมิ ทีมวิจัยจึงได้ออกแบบศาลาชมนกชมปลาและพันธุ์ไม้น้ำ ทั้งยังสามารถน่านกไม้น้ำ และปลาสายพันธุ์ต่างๆ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้



อุดรธานี หนองคาย

อุดรธานี หนองคายเป็นจังหวัดคู่แฝดที่แยกกันไม่ออก เมื่อนึกถึงการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอุดรธานีเป็นเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่น ทะเลบัวแดง อำเภอหนองหาน ซึ่งเต็มไปด้วยบัวแดง ในพื้นที่กว่า 23,000 ไร่ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ แหล่งอารยธรรมโบราณ มีอายุประมาณ 3,000 - 2,000 ปี ก่อนประวัติศาสตร์ สืบเนื่องมาถึงยุคทวารวดี ลพบุรี และล้านช้าง ซึ่งมีอายุราว 1,200 - 300 ปีมาแล้ว พิพิธภัณฑ์สถานฯ บ้านเชียง ก็มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่สนใจของคนทั่วไป นอกจากนี้ยังมีตลาดผานาข้า และห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย จึงเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวจากประเทศลาวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่อุดรไม่มีชายแดนติดกับประเทศลาว นักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางผ่านหนองคายที่มีสะพานมิตรภาพ และความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์เป็นตัวเชื่อม

1) พญานาค

ใช้ความเชื่อในตำนานพุทธศาสนา กำหนดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว
กิจกรรม

1. พิธีบุญบั้งไฟพญานาค
 - จัดเทศกาลงานบุญและพิธีกรรมบวงสรวงพญานาคตามประเพณีโบราณให้ศักดิ์สิทธิ์
 - จัดเส้นทางท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ เพื่อชมบั้งไฟพญานาค
 - สร้างวัดมุงคลที่มีอัตลักษณ์จากพญานาค จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าโดยให้ชุมชนเป็นผู้ผลิตและทำพิธีปลุกเสกจากพระสงฆ์ในงานบุญ
2. ตามรอยพญานาค
 - จัดการท่องเที่ยวตามเส้นทางที่มีตำนานและมีปรากฏการณ์การพบพญานาค รวมถึงสถานที่หรือวัดต่างๆ ซึ่งมีประติมากรรมหรือจิตรกรรมเกี่ยวกับพญานาคที่สวยงาม
 - จัดสร้างสื่อต่างๆ เพื่อแนะนำข้อมูลและเส้นทางท่องเที่ยว
 - ออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์พญานาคทั้งของฝากและของใช้
 - จัดการละเล่น การแสดงที่เกี่ยวกับพญานาคตามตำนานของพุทธศาสนา

2) บ้านเชียง

เป็นตัวแทนของอารยธรรมโบราณ ซึ่งมีปรากฏตามสถานที่ต่างๆ มากมาย
ในภาคอีสาน รวมถึงในประเทศลาว เราจึงสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยว
เพื่อการเชื่อมโยงได้

1. ย้อนรอยอารยธรรมล้านปี โดยมีพิพิธภัณฑ์สถานฯบ้านเชียงเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อดูอารยธรรมโบราณตามแหล่งต่างๆ ของภาคอีสานไทยและลาว เช่น ภูพระบาท ของอุดร แหล่งโตโนเสาร์ ของจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์และอาจต่อเนื่องไปถึงบ้านกุดโง้ง ของชัยภูมิผาแต้มของจังหวัดอุบลราชธานีหรือภูผาเทิบ ของจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งแล้วแต่มีอารยธรรมโบราณนับ 1,000 ปีถึงล้านปี และสามารถเชื่อมโยงถึงประเทศเพื่อนบ้านเช่น แขวงหัวพันของลาวซึ่งขุดพบโครงกระดูกโบราณอายุกว่า 60,000 ปี
2. หัตถศิลป์ล้านปีบ้านเชียง เป็นการท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญา เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาพักระยะยาวเพื่อเรียนรู้ศิลปยุคบ้านเชียงพร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการออกแบบและผลิต ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีอัตลักษณ์จากลายบ้านเชียงทั้งเครื่องปั้นดินเผา เซรามิกและผ้า ฯลฯ





มุกดาหาร

จังหวัดหนึ่งในอีสานตอนกลางที่เริ่มมีบทบาทสำคัญขึ้นเพราะสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว ที่เชื่อมสู่เมืองสุวรรณเขตของลาว “มุกดาหาร” ชื่อเมืองซึ่งสร้างมากกว่า 240 ปี (243 ปี) มีตำนานอ้างอิงอยู่ 3 ตำนานคือ

1. เมื่อตอนสร้างเมืองโดยเจ้าแก้วโกมล (เชื้อสายกษัตริย์อาณาจักรลาว) มีต้นตาลเจ็ดยอดอยู่ต้นหนึ่ง พอตกกลางคืน จะปรากฏมุกถูกกลืนใหญ่ลอยเหนือต้นตาล แล้วลอยไปตามลำน้ำโขงไปภูมโนรมย์ ตอนเช้าก็ลอยกลับมาใหม่เป็นเช่นนี้อยู่หลายครั้ง จึงให้ชื่อเมืองว่า “มุกดาหาร”
2. บริเวณแม่น้ำโขงที่ตั้งของเมือง มีหินแม่น้ำสีขาวคล้ายมุกมีชื่อว่า มุกดาหาร (1 ในแก้วนพรัตน์) จึงเรียกว่าเมืองมุกดาหาร
3. มีหอยกาบ (กั) ชนิดหนึ่งปรากฏมีมุกอยู่ภายในตัวหอยเป็นจำนวนมากกว่าแหล่งอื่นๆ ซึ่งปกติจะพบได้ยาก จึงเรียกเมืองนี้ว่า มุกดาหาร

แนวคิด

1. ลักษณะทรงกลมของมุก ออกแบบร่วมกับลักษณะของต้นตาล และเจ้าแก้วโกมล (เชื้อสายกษัตริย์ลาว) เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ (มุกดาหารมีชาติพันธุ์ทั้งสิ้น 8 ชาติพันธุ์)

2. ลักษณะทรงกลมของมุกออกแบบร่วมกับพญานาค (ตามความเชื่อว่ามีพญานาค 11 ตนรักษาเมืองอยู่) เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยว ตามความเชื่อและความศรัทธาตามตำนานพุทธศาสนา

3. ลักษณะทรงกลมของมุก ออกแบบร่วมกับดอกดุสิตตา หรือดอกช้างน้าว ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด

จังหวัดมุกดาหารควรจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดนครพนมเพราะแม้ว่ามุกดาหารจะมีสะพานมิตรภาพ แต่นครพนมมีพระธาตุพนม ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของคนลาวจำนวนมาก และสามารถทำกิจกรรมคู่กับพระธาตุอินทร์เมืองสุวรรณเขต (สะหวันนะเขต) ของลาว

1) พญานาค

กิจกรรม

1. กฐินลอยน้ำ 2 ฟังโขงเชื่อมโยงศรัทธา 2 พระธาตุ บูชาแด่พญานาค 11 ตน โดยจังหวัดมุกดาหารร่วมมือกับจังหวัดหนองคาย และเมืองสุวรรณเขตของลาว จัดพิธีแห่กระบวนกฐินในลำน้ำโขง โดยให้นักท่องเที่ยวล่องเรือร่วมขบวนด้วย แล้วจึงนับปัจจัยทั้งหลายไปทอด ณ วัดพระธาตุพนม และพระธาตุอินทร์เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา และอุทิศให้กับพญานาค 11 ตนที่ดูแลลำน้ำโขงในช่วงสุวรรณเขต และมุกดาหารและนครพนมนี้

- 1.1 จัดการละเล่น เล่าตำนานของเมืองมุกดาหาร สุวรรณเขต และพญานาค 11 ตน
- 1.2 ประกวดการละเล่นของชาติพันธุ์ต่างๆ ทั้ง 8 ชาติพันธุ์
- 1.3 ประกวดการตกแต่งเรือที่ร่วมขบวนกฐิน และการแข่งเรือพาย
- 1.4 ประกวดการออกแบบภาพสัญลักษณ์งานศิลปะและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตำนานเมืองมุกดาหาร ฯลฯ

2) ชาติพันธุ์

ย้อนรอยบรรพชน 2 ฟังโขงจากตำนานการสร้างเมืองโดยเจ้าแก้วโกมล และมีชาติพันธุ์ในมุกดาหารถึง 8 ชาติพันธุ์ (ย้อ : กุล : ลาว : กะเลิง : แสก : ข่า : ภูไท : โข) ทำให้เราสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อย้อนรอยวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ต่างๆ พร้อมทั้งศึกษาภูมิปัญญาเหล่านั้นและยังสามารถเชื่อมโยงมุกดาหารกับจังหวัดอื่นๆ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างลาว เขมร และเวียดนาม โดยมีจุดตั้งต้นที่ หอแก้ว หอสูงใจกลางเมือง ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ของมุกดาหาร

3) อารยธรรม

- 1) ลำชุมทรัพย์แห่งอารยธรรมโลกล้านปี มุกดาหารมีภูผาเทิบแหล่งอารยธรรมยุคเดียวกับผาแต้ม ของจังหวัดอุบลราชธานี ภูผาเทิบ จึงสามารถจัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ อย่างอุดร ชัยภูมิ ที่มีอารยธรรมโบราณรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างลาว และเมืองเว้ ฮอยอัน ของเวียดนาม



ภาคกลาง

อารยธรรมแห่งลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มรดกสายน้ำและทรัพยากรสัตว์น้ำเป็น
อัตลักษณ์การท่องเที่ยว

กรุงเทพฯ

กรุงธนบุรีฯ และกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งตระหง่านสง่างามเป็นราชธานีคู่ขนาน
อยู่ 2 ฟันแม่น้ำเจ้าพระยา ปังบอกถึงอารยธรรมอันรุ่งเรืองจากอดีตจวบจน
ปัจจุบัน ปรากฏเป็นสิ่งปลูกสร้างอันวิจิตรงดงามทั้งรูปทรงของสถาปัตยกรรม
และลวดลายที่เสริมแต่งเพื่อบอกเล่าเป็นเรื่องราวของแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา
นับเป็นทรัพยากรที่มีค่าอย่างยิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจากทุก
มุมโลก

วิถีชีวิตแห่งสายน้ำ วิถีชีวิตที่เร่ร่อนในปัจจุบัน จนใช้ทรัพยากรที่มีอยู่นี้ยัง
ไม่คุ้มค่า โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว เราสามารถสร้างกิจกรรมได้อย่าง
มากมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

แนวคิดในการพัฒนา
แสง-สี-และอารยธรรม

1) สายน้ำแห่งเทพนิยายทุกคำคืน

ขบวนเรือพระราชพิธีเป็นประวัติศาสตร์ที่ยังมีชีวิต แต่ก็เปรียบดังเทพนิยาย
หากใครได้ชมขบวนแห่เรือพระราชพิธีอย่างใกล้ชิดย่อมประทับใจไม่รู้ลืม
ปัญหาคือ ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสามารถชมขบวนเรือพยุหยาตราได้ทุกวัน

1.1 ทำเป็นอุโมงค์แก้ว ผ่านอุโมงค์เรือ ซึ่งมีขบวนเรือพิธีตั้งเรียงรายอยู่ให้
นักท่องเที่ยวสัมผัสได้อย่างใกล้ชิด อีกด้านของอุโมงค์มีการฉายภาพขบวนแห่
เรือในพระราชพิธีจริงด้วยระบบ Multimedia ทั้งภาพและเสียงให้นักท่องเที่ยว
เที่ยวได้บรรยากาศของการร่วมอยู่ในขบวนแห่เรือเสมือนจริง

1.2 นอกจากนี้เรายังสามารถให้นักท่องเที่ยวที่สนใจขึ้นเดินชมและรับฟัง
คำบรรยายถึงความสำคัญของเรือแต่ละลำในขบวนเรือพระราชพิธีได้ เพื่อสร้าง
รายได้สำหรับอุโมงค์เรือในบรรยากาศที่เย็นสบายไม่ร้อนเหมือนตอนกลางวัน

2) สายน้ำแห่งบุญ

ตลอดลำแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ปากคลองบางกอกใหญ่จนถึงถนนยานนาวา
มีวัดที่สำคัญใหญ่ๆ ตั้งเรียงรายอยู่หลายวัด เช่น วัดระฆัง วัดอรุณ วัด
กัลยาณมิตร ฯลฯ ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ เต็มไปด้วยศิลปะอันทรงคุณค่า บอกเล่า
เรื่องราวในแต่ละช่วงของกรุงรัตนโกสินทร์ (นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานของ
ศาสนาอื่นๆ ที่สำคัญอีกหลายแห่ง) ซึ่งปัจจุบันพุทธศาสนาและวัดไทยกำลัง
เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนใน
ประเทศต่างๆ เพราะเชื่อว่าประเทศไทยเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์มีพระเกจิอาจารย์
เก่งๆ มากมาย ถ้าเราเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าชมวัดริมน้ำได้ในตอน
กลางวัน ซึ่งอากาศไม่ร้อนก็น่าจะมีนักท่องเที่ยวสนใจเป็นจำนวนมาก

2.1 ต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการมาเที่ยววัดเป็นเรื่องศักดิ์สิทธิ์
วัดที่อยู่ในโครงการต้องจัดพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์ สวดพุทธมนต์ ผูกข้อมือด้วย
สายสิญจน์ และมีของที่ระลึกที่เป็นวัตถุมงคล เช่น ผ้ายันต์ (เพื่อไม่ให้เป็นพุทธ
พาณิชย์มากเกินไป) นำกลับไปให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้สิ่งที่ดีในชีวิต ถ้าไม่มา
เที่ยวประเทศไทยก็จะมีโอกาสเช่นนี้

3. สายน้ำแห่งชีวิต (ตลาดนัดชุมชนริมน้ำได้แสงดาว)

ตลอดลำแม่น้ำเจ้าพระยา ของกรุงเทพฯ มีอาคารและสถานที่สำคัญที่มีรูปทรง
ทางสถาปัตยกรรมสวยงามมากมายหลายแห่งทั้งของภาครัฐและเอกชน และ
ยังมีชุมชนโบราณที่บอกเล่าถึงวิถีชีวิตและความเป็นมาของกรุงเทพฯ ที่น่า
สนใจอีกหลายชุมชน เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวและคนไทยด้วยกันเอง อย่าง
เช่น ชุมชนช่างต่างๆ แต่บางครั้งแม้กระทั่งคนไทยด้วยกันเองก็ยังไม่รู้ว่าจะหา
ชมได้จากที่ไหน ซึ่งวิถีชีวิตเหล่านี้ย่อมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

3.1 ภาครัฐดำเนินการหรือสนับสนุนให้เอกชนดำเนินการหาพื้นที่ที่
มีนัยเชิงประวัติศาสตร์ และมีความสวยงามทางสถาปัตยกรรม

3.2 จัดรวบรวมงานช่างสิบหมู่ การทำอาหารคาวหวานโบราณ
งานหัตถกรรมเพื่อแสดงแก่นักท่องเที่ยวและจำหน่ายเป็นตลาดนัด
วิถีชีวิตชุมชนโบราณได้แสงดาว ซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน และ
กิจกรรมนี้ยังสามารถเกื้อหนุน (Synergy) กิจกรรมอื่นที่จัดขึ้น
เช่น เมื่อพานักท่องเที่ยวมาชมช่างตีทอง ช่างตีบาตร ช่างทอ ก็

3.4 สนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุน
ชุมชนให้มีส่วนได้เสียกับโครงการซึ่งเป็นอีก 1 ปัจจัยที่ทำให้ประสบ
ความสำเร็จ

จัดการประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนเรือประกอบ
ดุริยางค์ของกลุ่มประเทศ AEC แนวคิดนี้ถ้าภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการ
หรือสนับสนุนงบประมาณก็จะประสบความสำเร็จได้



สุราษฎร์ธานี

1) เส้นทางสายไหม

เส้นทางค้าขายโบราณที่เชื่อม 2 ฝั่งทะเล ซึ่งได้พบโบราณวัตถุมากมายเช่น ลูกปัด เทวรูป และ รูปเคารพต่างๆ จากสุราษฎร์ถึงตะกั่วป่า จังหวัดพังงา และออกสู่ทะเล

2) การเชื่อมโยงเส้นทางอารยธรรมและมรดกโลก

การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้แหล่งอารยธรรมโบราณ และเมืองมรดกโลก มีจุดตั้งต้นที่พระธาตุเมืองไชยา (จังหวัดสุราษฎร์) ซึ่งทำกิจกรรมร่วมกับ พระธาตุเมือง นคร (จังหวัดนครศรีธรรมราช) แหล่งอารยธรรมและเมืองมรดกโลกต่างๆ

- มรดกโลกอยุธยา
- กำแพงเพชร
- ศรีสัชนาลัย (จังหวัดสุโขทัย)
- เวียงกุมกาม และ เวียงท่ากาน (จังหวัดเชียงใหม่)
- หงสาวดี และ พุกาม (ประเทศพม่า)
- เชียงแสน (จังหวัดเชียงราย)
- เชียงรุ่ง (ประเทศจีน)
- หลวงพระบาง (ประเทศลาว)
- นครวัด (ประเทศกัมพูชา)
- เมืองเว้ ฮอยอัน (ประเทศเวียดนาม)

3) เส้นทางมวยไชยา

การท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญา เพื่อเรียนรู้และอนุรักษ์ศิลปการต่อสู้มือเปล่า กิจกรรม

- ท่องเที่ยวเพื่อศึกษามวย
- การแข่งขัน
- การแลกเปลี่ยนศิลปการต่อสู้
- การแสดงศิลปการต่อสู้

จุดเริ่มต้นที่เมืองไชยา จังหวัดสุราษฎร์ เพื่อเชื่อมต่อไปยัง

- สำนักพุทธโสธร (จังหวัดอยุธยา)
- มวยพิมาย (จังหวัดนครราชสีมา)
- มวยหงสา (ประเทศพม่า)
- วัดเส้าหลิน สำนักบู๊ตึ้ง (ประเทศจีน)
- ยูโร คาราเต้ (ประเทศญี่ปุ่น)
- เทควันโด (ประเทศเกาหลี)
- มวยลาว
- มวยกัมพูชา

ข้อเสนอแนะ

1. นำทรัพยากรทางทะเลที่มีเอกลักษณ์มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เมือง
2. นำภูมิปัญญา งานศิลป์ หรือ ทรัพยากร ท่องเที่ยว เฉพาะถิ่น เช่น มวยไชยา มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น
3. นำอัตลักษณ์มาพัฒนาเป็นสัญลักษณ์เมืองและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้ง บริการและของฝากของที่ระลึก
4. จัดทำศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญา เพื่อการเรียนรู้ เกี่ยวกับอารยธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต เพื่อให้คนท้องถิ่นได้เรียนรู้ และ นักท่องเที่ยวได้ ศึกษา
5. นำภูมิปัญญา เช่น มวยไชยา การทอผ้า มาพัฒนาเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ แก่เยาวชนเพื่อเป็นการสืบต่อมิให้สูญหาย
6. พัฒนาภูมิปัญญา เช่นมวยไชยา ให้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวและเป็นอาชีพ เพื่อยืดเวลาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่นและอาชีพอื่น
7. ทั้งประวัติ และท่ามวย ลงในสื่อต่างๆ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจ เป็น ภาษาต่างๆ โดยเฉพาะภาษาฝรั่งเศส ภาษาอังกฤษ จีน และ รัสเซีย
8. บันทึกภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อการ สืบต่อ
9. พัฒนามัคคุเทศน์อาชีพ และมััคคุเทศน์อาสาสมัคร เพื่อให้ประจำตามจุด ท่องเที่ยวและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ





Brunei



Cambodia



Indonesia



Laos



Malaysia



Myanmar



Philippines



Singapore



Thailand



Vietnam

3. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยง AEC และ นานาประเทศ

จุดประสงค์ของการรวมตัวกันของ ภูมิภาคอาเซียน ก็เพื่อ มุ่งเป้าที่ **ความร่วมมือกันทางการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรม** มีกฎบัตรอาเซียน (ธรรมนูญ อาเซียน หรือ ASEAN Charter) ซึ่งเป็นเสมือนแนวทางการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนซึ่งประกอบด้วย 3 สิ่งหลักๆ คือ

1. การเมืองความมั่นคง
2. เศรษฐกิจ (AEC)
3. สังคมและวัฒนธรรม

ความร่วมมือทั้ง 3 เสาหลักของอาเซียนก็มีความสำคัญด้วยกันทั้งสิ้น เพราะการสร้างประชาคมอาเซียนย่อมหมายถึงการร่วมมือและหลอมรวมกันในทุกมิติ และแต่ละมิติก็ล้วนมีความสำคัญและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เราคงไม่อาจผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจได้หากปราศจากความมั่นคงทางการเมือง หรือความเข้าใจกันของคนในอาเซียน

ที่มา : <http://www.thai-aec.com/418#ixzz2g4t7GTLK>

ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว อาเซียน เพื่อ เพิ่มศักยภาพพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสาร คมนาคม เป็นจุดแวะพัก การ สัญจร เปลี่ยนถ่ายนักท่องเที่ยว จากนานาประเทศทั่วโลกเพื่อ ทั้งนี้เป็นโอกาสดี ที่จะเร่งลงมือส่งเสริมศักยภาพ คุณค่าของการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมทั้งหมด การวิจัยค้นหา “เสน่ห์ใหม่แห่งไทย” (Thailand’s enchantment) นั้น พบว่ายังมี อยู่มากมาย เพียงแต่การจัดสรร การจัดการ ยังไปได้ไม่ถึงครึ่งเท่าที่ควร บางเรื่องถูกลืมเลือน จางหายกันไปตามกาลเวลา และ ถึงเวลา ที่ ประเทศไทยควรเร่งลงมือส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อการเชื่อมโยงอาเซียน โดยใช้ อัตลักษณ์ของแต่ละประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ “เสน่ห์แห่งไทย” มาขับเคลื่อน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต อย่างเต็มประสิทธิภาพ

**จากกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ ทฤษฎีแนวคิดในการออกแบบ และการเดินทางในการค้นหาข้อมูล
ทีมงานวิจัยได้ สรุปภารกิจกรรมการเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคอาเซียน ที่น่าสนใจดังต่อไปนี้**

- 1) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว : 28 มรดกโลก และ 6 สมบัติโลก อาเซียน
- 2) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน
- 3) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยว อาเซียน
- 4) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์
- 5) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา
- 6) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน
- 7) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ทางศาสนา เส้นทางแห่งศรัทธา
- 8) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางแห่งนักรบมวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน
- 9) ภารกิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางโลกล้านปี ไดโนไทเปีย จีโอพาร์ค



มรดกโลกอาเซียนมีด้วยกัน 28 แห่ง

ประเทศไทย

1. นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร
2. เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย และเมืองบริวาร
3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และห้วยขาแข้ง
4. ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋
5. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

ประเทศกัมพูชา

6. ปราสาทพระวิหาร
7. อังกอร์ หรือนครวัด

ประเทศลาว

8. เมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว
9. ปราสาทหินวัดพูและสิ่งก่อสร้างในแขวงจำปาสัก

ประเทศเวียดนาม

10. อ่าวฮาลอง
11. อุทยานแห่งชาติฟิงงา-เค บัง
12. หมู่โบราณสถานเมืองเว้
13. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์หิมีเซิน
14. เมืองโบราณฮอยอัน

ประเทศมาเลเซีย

15. นครประวัติศาสตร์บนช่องแคบมะละกา และจอร์จทาวน์
16. อุทยานแห่งชาติกุนนิงกู
17. อุทยานคินาบาลู เกาะบอร์เนียว

ประเทศฟิลิปปินส์

18. โบสถ์บาโรค 4 แห่ง
19. นาชั้นบันไดแห่งเทือกเขา
20. นครประวัติศาสตร์วิกัน
21. อุทยานแห่งชาติปวยร์โตรีโก-ปรินเซซา
22. อุทยานปะการังทางทะเลทูบาตาอะ

ประเทศอินโดนีเซีย

23. อุทยานแห่งชาติอุจุงกูลอน
24. กลุ่มวัดพรัมบานัน
25. กลุ่มวัดพรัมพูโฮ
26. แหล่งมรดกมนุษย์ยุคเริ่มแรกซังจัน
27. อุทยานแห่งชาติโคโมโด
28. อุทยานแห่งชาติลอเรนซ์

สมบัติโลกแห่งอาเซียน 6 แห่ง

ประเทศพม่า

1. อาณาจักรประวัติศาสตร์พุกาม
2. นครประวัติศาสตร์มณฑลเยล
3. นครประวัติศาสตร์หงสาวดี
4. เมืองแห่งวิถีชีวิตทะเลสาบปิงเล รัฐฉาน
5. พระบรมธาตุชเวดากองเมืองย่างกุ้ง
6. เมืองท่องเที่ยวมาละและหม่าง



1) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว : 28 มรดกโลก และ 6 สมบัติโลก อาเซียน

มรดกโลก คือสถานที่ อันได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ทะเลสาบ ทะเลทราย อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมไปถึงเมือง ซึ่งคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติ หรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมา และควรจะถูกปกป้องสิ่งเหล่านั้นได้อย่างไร เพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงอนาคต มรดกโลกแต่ละแห่งเป็นทรัพย์สินของประเทศที่เป็นเจ้าของดินแดนที่มรดกโลกตั้งอยู่ แต่ได้ถูกพิจารณาให้เป็นผลประโยชน์ของประชาคมระหว่างประเทศในการอนุรักษ์มรดกโลกแห่งนั้น



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดเส้นทางมรดกโลกอาเซียน โดยเริ่มจาก มรดกโลกในประเทศไทย

ซึ่งมีอยู่ 5 แห่งคือ

- (1) ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋
- (2) นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- (3) แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง
- (4) เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย
- (5) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และห้วยขาแข้ง ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลาย ในลักษณะกิจกรรม และ ประวัติความเป็นมา ส่งเสริมการปลูกจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ ที่ถูกต้อง ในแต่ละ ความหลากหลายของพื้นที่



2. จัดเส้นทางมรดกโลกอาเซียน โดยเริ่มจาก มรดกโลกในประเทศไทย

ที่มีความเกี่ยวข้องกับ มรดกโลกประเทศอาเซียนอื่นๆ เช่น มรดกโลกทางทรัพยากรธรรมชาติ มรดกโลกทางประวัติศาสตร์ มรดกโลกทางวัฒนธรรม ประเพณี เชื่อมโยง เส้นทาง โดยให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การส่งต่อและนำทางสู่มรดกโลกแห่งต่างๆ เช่น เส้นทาง มรดกโลก ไทย-พม่า/ไทย-ลาว/ไทย-เวียดนาม/ไทย-กัมพูชา เป็นต้น

โดยการจัดกิจกรรมเชื่อมโยง มรดกโลก ที่มีลักษณะ คล้ายคลึงกัน และ สลับกันกิจกรรม เพื่ออัตรส ความหลากหลายของคุณค่ามรดกโบราณ ส่งเสริมทัศนคติในการอนุรักษ์ รากฐานดั้งเดิมของแต่ละพื้นที่ ความเป็นมา



3. สร้างรูปแบบกิจกรรมการเดินทางให้หลากหลาย รูปแบบ ที่พัก พาหนะ การแต่งกาย ให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมนั้น หมุนเวียนตามฤดูกาลท่องเที่ยว

4. จัดประกวดภาพถ่าย หรือ สารคดี “ความงดงามแห่งมรดกโลกเพื่อนบ้านอาเซียน”

5. จัดประกวดการแต่งเพลง ,ร้อยกรอง ,ออกแบบสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น Animation หรือรูปแบบสิ่งพิมพ์ Mascot เพื่อการอนุรักษ์มรดกโลกอาเซียน



Map of
culture
& festival
traveling



Brunei



Cambodia



Indonesia



Laos



Malaysia



Myanmar



Philippines



Singapore



Thailand



Vietnam



ASEAN

49 Beaches & Islands

- National capital
- Thailand
- Malaysia
- Myanmar
- Indonesia
- Vietnam
- Philippines
- Cambodia

ข้อมูลการท่องเที่ยวทางทะเล ในอาเซียน 49 แห่ง



1.ประเทศไทย 22 แห่ง

1. เกาะล้าน
2. เกาะเสม็ด
3. เกาะกูด
4. เกาะมันนอก
5. เกาะกูด
6. เกาะหมาก
7. เกาะเต่า
8. เกาะสมุย
9. เกาะนางยวน
10. เกาะพะงัน
11. หมู่เกาะอ่างทอง
12. เกาะกระดาน
13. เกาะพะยาม
14. หมู่เกาะพีพี
15. เกาะลันตา
16. หมู่เกาะปอดะ
17. หมู่เกาะสุรินทร์

18. หมู่เกาะสิมิลัน

19. เกาะไข่
20. เกาะตาชัย
21. เกาะหลีเป๊ะ
22. หมู่เกาะอาดัง-ราวี

2.ประเทศพม่า 6 แห่ง

1. หมู่เกาะมะริด
2. เกาะสอง
3. เกาะฟิลา
4. หาดฮาปาลี
5. หาดฮเวซวง
6. หาดชวงทา

3.ประเทศเวียดนาม 5 แห่ง

1. อ่าวฮาลอง
2. ดานัง
3. เกาะนามู
4. เมืองฮอยอัน
5. เกาะฟู้โก๊วก

4.ประเทศกัมพูชา 2 แห่ง

1. เกาะกง
2. เกาะคิง

5.ประเทศมาเลเซีย 8 แห่ง

1. เกาะเปอร์hentian
2. เกาะติโอมัน
3. เกาะเตียวมาน
4. เกาะลิงกาวิ
5. เกาะปีนัง
6. เกาะปังกอร์
7. เกาะลาบวน
8. เกาะสิปาดัน

6.ประเทศอินโดนีเซีย 5 แห่ง

1. เกาะบาห์ลี
2. เกาะกาลี
3. อุทยานแห่งชาติโคโมโด
4. เกาะสุลาเวสี
5. บูนาคเน

7.ประเทศฟิลิปปินส์ 1 แห่ง

1. เกาะโบราเคย์

3) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยว อาเซียน

การเชื่อมโยงทาง เกาะสวรรค์ แห่งอาเซียน

ประเทศในเขตอาเซียน จัดเป็นประเทศในเขตเส้นศูนย์สูตร ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางทะเล และ เกาะน้อยใหญ่ที่ต่างก็มีเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ความสมบูรณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพอีกทั้ง ชนเผ่าต่างๆ ที่อาศัยทำมาหากิน ในแต่ละเกาะ ล้วนแต่มีความน่าสนใจ และ น่าค้นหาถึงนักทะเลไทย เกาะสวรรค์แห่งการเชื่อมโยงกำหนดจังหวัดเพื่อการเชื่อมโยง

ภูเก็ต

เป็นจังหวัดเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวทางทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความพร้อมความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกและความหลากหลาย ทางการท่องเที่ยว ทั้งทางทะเล เทศกาลกินเจ พ้อตอ แหล่งช้อปปิ้งทั้งกลางวัน-กลางคืน และ วัฒนธรรมเปอร์านากัน



รูปแบบกิจกรรม

1. HUB of Islands เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเกาะสวรรค์ และ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อาเซียน ด้วยการ จัดกิจกรรมทางน้ำต่างๆ เช่น ดำน้ำ จับปลา แวนอนูรักษ์ ล่องเรือเชื่อมเกาะต่างๆ ของอาเซียน แยกหมวดหมู่ ตาม ทริป ไกลไกล เป็นสื่อกลางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท่องเที่ยว ตามสัมพันธ์ อาเซียน จัดการแข่งขัน ภาพถ่าย ชีวิตโลกใต้น้ำแห่งอาเซียน เน้นในเชิงการรักษา ระบบนิเวศที่ยั่งยืน



2. จัดกิจกรรมเส้นทางล่องเรือดำน้ำตกปลา ท่องเที่ยว रणอง-เกาะสอง-มะริด (ระยะเวลา 7 วัน) เชื่อมโยง ไทย-พม่า/ เกาะภูเก็ต-เกาะกง (ระยะเวลา 3 วัน) เชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา/ เกาะสุรินทร์-ศรีปาดัน (ระยะเวลา 10 วัน) เชื่อมโยง ไทย-มาเลเซีย/ หลีเป๊ะ-ป็นัง เชื่อมโยง ไทย-มาเลเซีย (ระยะเวลา 5 วัน) โดย การจัดกิจกรรมเชื่อมโยง ความมีลักษณะเฉพาะของแต่ละเกาะ ความเป็นอยู่ ของชาวเล

- จัดประกวดภาพถ่าย หรือ สารคดี “ความงดงามใต้ท้องทะเลอาเซียน”



3. จัดเส้นทางวัฒนธรรมชีวิตริมทะเล ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของวัฒนธรรมชาวเกาะ ต่างๆ โดยเริ่มจาก เกาะช้าง-เกาะกง-เกาะพูโก-วิ-โฮจิมินห์-ฮอยอัน (ระยะเวลา 10 วัน) เชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา-เวียดนาม - สร้างรูปแบบที่พักให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมนั้น หมุนเวียนตามฤดูกาลท่องเที่ยว - ประกวด เชฟแห่งทะเลสวรรค์ โดยเอา ทรัพยากรของแต่ละเกาะ รสชาติอาหาร ทะเล ที่สด ใหม่ มาสร้างเป็นอาหาร ตามความเชื่อของชนเผ่า ทั้งเกาะอาเซียน สร้างอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเกาะ หรือ ท้องที่ทางฝั่งทะเลนั้นๆ

India

China

Myanmar

Vietnam

Naypyitaw

Ha Noi

Veintiane

Bangkok

Cambodia

Phanom Penh

Ho Chi Minh

Gulf of
Thailand

Andaman
Sea

Malaysia

Kuala Lumpur

Singapore

Ethnic

National
Relationship
Thailand

 National capital

4) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ (ethnicity หรือ ethnos)

คือ การมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่า สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง
จีนลาว เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมมีลักษณะเด่นคือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน บรรพบุรุษในที่นี้หมายถึง
บรรพบุรุษทางสายเลือด ซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปร่าง (เชื้อชาติ) เหมือนกัน รวมทั้งบรรพบุรุษทางวัฒนธรรมด้วย ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์
เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือด และทางวัฒนธรรมพร้อมๆ กันไปเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของ
ชาติพันธุ์ และในขณะเดียวกันก็สามารถเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์
นับถือศาสนาเดียวกันความรู้สึกผูกพันนี้อาจ เรียกว่า “สำนึก” ทางชาติพันธุ์ หรือชาติลักษณะ (ethnic identity)

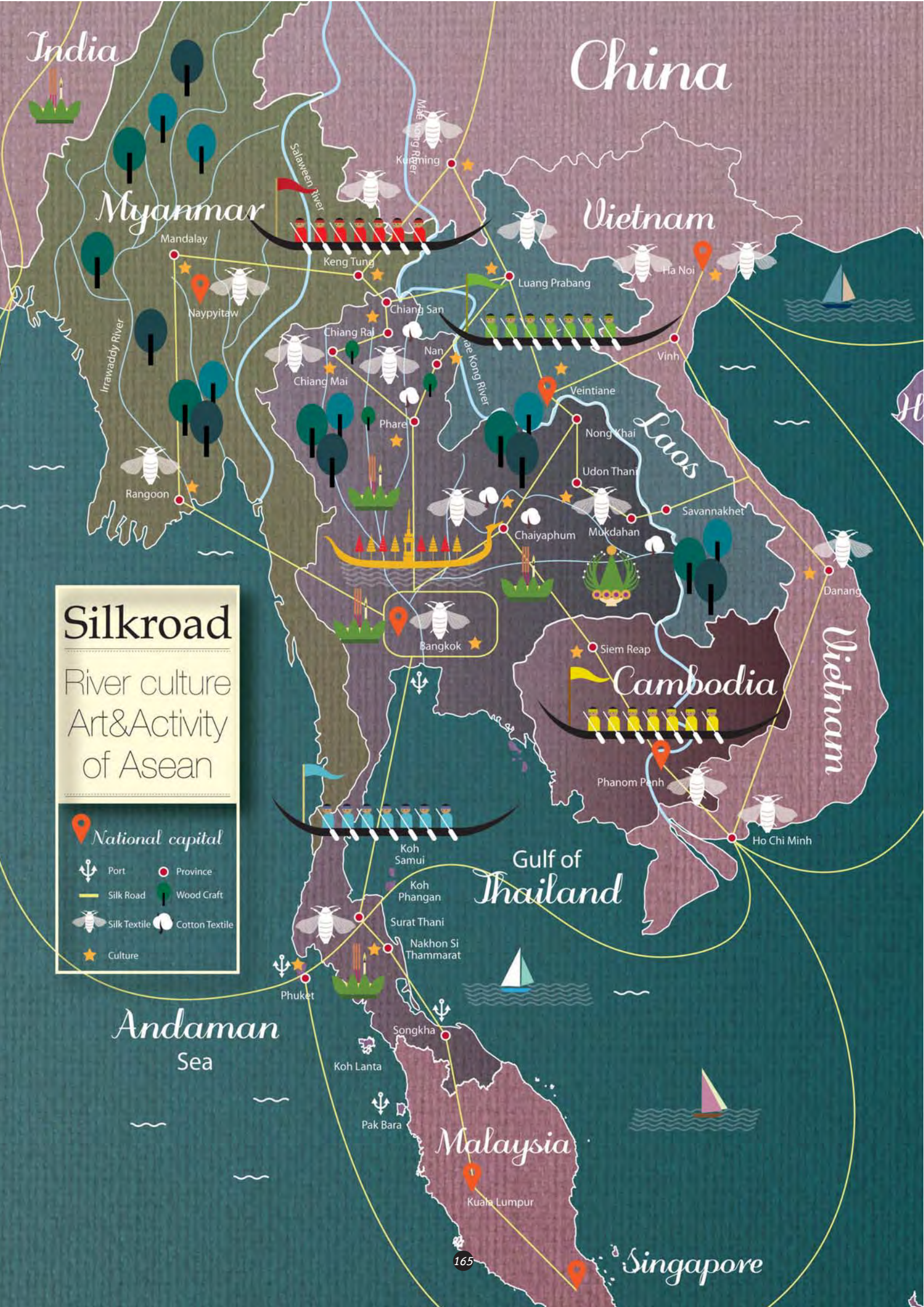
=====



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดเส้นทางเดินทางตามรอยชนชาติไท ที่กระจายตามจุดต่างๆ ของประเทศในอาเซียน เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ เรียนรู้ กิจกรรมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง อาหารชนชาติไท ในพื้นที่ ต่างๆ แลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม
2. จัดเส้นทางเดินทางตามรอยชาติพันธุ์อาเซียน ที่มีความหลากหลาย ในแง่ ชนเผ่า เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ เรียนรู้ กิจกรรมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง อาหารชนเผ่า ต่างๆ แลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม
3. จัดร้าน สร้างบ้านจำลอง ตามแต่ละชนเผ่า มีการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า โดยให้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงความหลากหลาย ชาติพันธุ์ ชนเผ่าต่างๆ มาแสดงเอกลักษณ์ในการเฉลิมฉลอง
4. จัดงานแสดงชุด ชาติพันธุ์ ชนเผ่า ของประเทศต่างๆ โชว์ลักษณะการแต่งตัว การประดิษฐ์ของตกแต่ง การทอและตัดเย็บแนว อนุรักษ์ รื้อฟื้น ผ้าลายโบราณ จัดประกวดการออกแบบลายต่างๆ ดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย





India

China

Myanmar

Vietnam

Laos

Cambodia

Thailand

Malaysia

Singapore

Silkroad

River culture
Art&Activity
of Asean

- National capital
- Port
- Province
- Silk Road
- Wood Craft
- Silk Textile
- Cotton Textile
- Culture

5) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางสายไหม วัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา



เส้นทางสายไหม

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ ทุกประเทศทั่วโลก

ผ้าไหมมีถิ่นกำเนิดในประเทศจีนและประเทศอินเดีย การทอผ้าไหมมีขึ้นราว 2,640 ปี ก่อนคริสตกาล พ่อค้าชาวจีนได้เผยแพร่ผ้าไหมสู่พื้นที่อื่นในแถบเอเชีย สำหรับประเทศไทยนักโบราณคดีพบหลักฐานที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงซึ่งบ่งชี้ว่ามีการใช้ผ้าไหมเมื่อ 3,000 ปีก่อน

รูปแบบกิจกรรม เส้นทางสายไหม

1. กิจกรรมย้อนรอยการเดินทาง ตามเส้นทาง สายไหม ค้นหาแหล่งผลิตไหมตามจุดต่างๆ เริ่มจากประเทศไทย กระจายสู่ ภูมิภาคอาเซียน นอกจากเรื่อง ผ้าไหม แล้ว ยังสามารถ ท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรมที่ใกล้เคียง ตามความหลากหลายของพื้นที่
2. การสร้างกิจกรรมโฮมสเตย์ เรียนรู้ ฝีมือช่างศิลป์ แขนงต่างๆ เช่น หมู่บ้านผ้าไหม หมู่บ้านช่างปั้น หมู่บ้านทำร่ม การฝึกทำอาหาร ฯลฯ ตามภูมิปัญญา ของแต่ละพื้นที่ ตามร่องรอยการเดินทางของแม่น้ำสำคัญ เพื่อความสนุกสนาน ใน การได้เข้าไปร่วมรับรู้ ความเป็นมา และได้ทำกิจกรรม สัมผัสกับวิถีชีวิตจริง

รูปแบบกิจกรรม สายน้ำแห่งอารยธรรม

1. จัดพิธีบูชาแม่น้ำ แห่งอาเซียน (ลอยกระทง) เชื่อมความสัมพันธ์ และนำเสนอ ลักษณะเด่นของกระทง พิธีกรรม ส่งเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ความสะดวก ประเพณีที่ดึงดูด จากสายน้ำแห่งอารยธรรม
2. การแข่งพายเรือนานาชาติภาคีรัฐร่วมมือกับประเทศต่างๆ ใน ASEAN และกลุ่มประเทศเศรษฐกิจอื่นๆจัดการแข่งเรือนานาชาติ ในสายน้ำเจ้าพระยา บริเวณตั้งแต่สะพานช้างอิ้งจนถึงสะพานกรุงเทพฯ เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้เห็นอารยธรรมอันรุ่งเรืองของกรุงรัตนโกสินทร์ตลอด 2 ฝั่งของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเจ้าภาพในกลุ่มประเทศ ASEAN ให้เกิดกิจกรรมตลอดปี

การละเล่นทางน้ำนานาชาติ

จัดแสดงประเพณีและการละเล่นทางน้ำของกลุ่มประเทศใน ASEAN เพื่อแสดงวัฒนธรรมทางน้ำของแต่ละประเทศ เช่น เพลงเรือยาว การแห่ขบวนเรือกฐิน ฯลฯ

3 การประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนเรือนานาชาติ

จัดการประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนเรือประกอบดุริยางค์ของกลุ่มประเทศ ASEAN

4 สายน้ำแห่งนานาชาติ การจัดกิจกรรมเพื่อการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศใน ASEAN เช่น

- การแข่งพายเรือนานาชาติ
- การละเล่นทางน้ำนานาชาติ
- การประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนนานาชาติ

5. เทศกาล มรดกแห่งสายน้ำอาเซียน กิจกรรมการล่องเรือ ชมวิถีชีวิต ของแต่ละพื้นที่ เชื่อมโยงประเทศที่มีสายน้ำติดต่อกัน จัดกิจกรรมตามเส้นทาง กำหนดทิศทางเดินเรือให้เหมาะสม เช่น การจัดเรือเล็ก/หรือตามความเหมาะสม แวะชม บ้านริมแม่น้ำ มีการจัดสร้างอาหารจากแหล่งน้ำนั้นๆ ชมแหล่งเพาะปลูก การฝีมือของช่างสายต่างๆ ตลาดน้ำ และ วัดสำคัญริมน้ำ





Myanmar

Viet nam

Laos

Cambodia

Gulf of Thailand

Andaman Sea

Acient Castle

Prasat Hin Traveling Trial

-  National capital
-  Cambodia Acient Castle
-  Thailand Acient Castle
-  Laos Acient Castle
-  River

6) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน

ลัทธิเทวราชของขอม เป็นการปูพื้นฐานระบบเทวราชาให้อาณาจักรอื่นๆเอาเป็นแบบอย่าง รวมถึงสยาม และ ประเทศใกล้เคียง เมื่อศาสนาพราหมณ์เข้ามามีบทบาทในราชสำนัก ในฐานะผู้เชี่ยวชาญศิลปศาสตร์ต่างๆ และประกอบพิธีราชาภิเษกให้กับกษัตริย์เมื่อกษัตริย์เสวยราชย์แล้วต้องกระทำ 3 สิ่ง คือ

1. ขุดสระชลประทานหรือที่เรียกว่า บาราย
2. ศาสนสถานบนฐานเดี่ยว อุทิศถวายบรรพบุรุษ
3. สร้างศาสนสถานบนฐานเป็นชั้น เพื่อเป็นที่สถิตของเทพเจ้า

ข้อสังเกต

1. ศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย จะประดิษฐานศิวลึงค์ของสัญลักษณ์แห่งองค์พระอิศวร
2. ศาสนาพราหมณ์ลัทธิไวษณพนิกาย จะประดิษฐานเทวรูปพระวิษณุ

ด้วยปัจจัยทั้งหมดนี้จึงก่อให้เกิดรูปแบบงานศิลปกรรมเขมรที่เรียกกันว่า ปราสาทขอม หรือก็คือ ศาสนสถาน

ในศาสนาพราหมณ์และ พุทธนิกายมหายาน ที่มีความสวยงามและคุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเป็นอย่างยิ่ง

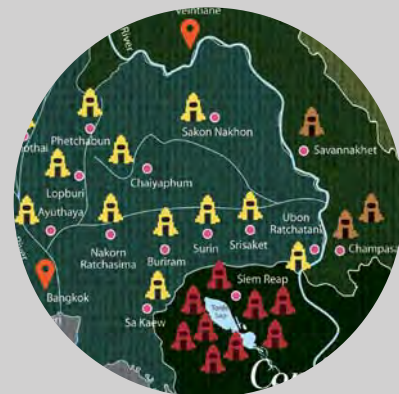
ประเทศไทยมีปราสาทหินที่น่าสนใจอยู่หลายแห่งถึงแม้บางท่านอาจจะคิดว่าไม่ยิ่งใหญ่ อย่างเช่นนครวัดในกัมพูชา แต่ปราสาทหินในประเทศไทยก็ที่น่าสนใจในเอกลักษณ์เฉพาะ และสวดลายทางศิลปะที่แตกต่างกันไปในแต่ละปราสาท ปะมิจพจนวนมากถึง 133 ปราสาท (ตามบันทึกของกรมศิลปากร)

รูปแบบกิจกรรม

1. จัดพิธีบวงสรวง สถานที่ สร้างกิจกรรมความเชื่อ ความศรัทธา ที่เน้นเรื่องการอนุรักษ์ ประเพณีอันดีงาม ตามจุดปราสาทสำคัญ วนตามเส้นทาง ทุกจังหวัด ช่วงเดือน กันยายน – ตุลาคม (ตามจันทรคติ)
2. จัดเส้นทางแรลลี่ เดินทางตามรอย ปราสาทหิน แห่ง นครชัยบุรินทร์ ประเทศไทย เชื่อมต่อ นครวัด นครธม ปราสาทหินที่ยิ่งใหญ่ ในกัมพูชา ปราสาทหินในลาว และ ปราสาทหินเวียดนาม
3. จัดประกวดถ่ายภาพ “นครแห่งอารยธรรมปราสาทหิน”

กิจกรรม จากจุดเริ่มต้นที่ กรุงเทพฯ โดยใช้หลัก (product combination) ที่จะจัดขึ้นพร้อมๆกันใน เทศกาลชมปราสาท ช่วงประมาณเดือน กันยายน – ตุลาคม ซึ่งจะมีวันที่พระอาทิตย์ส่องแสงทะลุประตูปราสาทเป็นแนวเส้นตรง ในแต่ละจังหวัดที่มีปราสาทสำคัญและ

1. จัดพิธีบวงสรวงปราสาท จัดกิจกรรมความเชื่อความศรัทธาตามประเพณีและความเป็นมงคลแก่นักท่องเที่ยวตามโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางพราหมณ์ หรือ เทวสถาน
2. จัดเทศกาลอาหาร ขอม อินดู และอาหารอีสาน เพื่อเชื่อมโยงและระลึกถึงยุคสร้างปราสาท ในต่างจังหวัดและกรุงเทพ
3. จัดกิจกรรมแรลลี่ ตามเส้นทางปราสาทหิน (สาย 224 สาย26) นครชัยบุรินทร์ ไป อุบล ถึงช่องเม็กเชื่อมต่อไปประเทศลาว เส้นทางหนึ่ง และไปศรีสะเกษ เชื่อมกับกัมพูชา ที่เขาพระวิหารเส้นทางหนึ่ง
4. จัดกิจกรรมแสดงและประกวดแพซัน โดยใช้อัตลักษณ์ปราสาทหินยุคขอม ในแต่ละจังหวัดและในกรุงเทพ
5. จัดประกวดถ่ายภาพ “นครแห่งอารยธรรมปราสาทหินนานาชาติ”





India

China

Myanmar

Vietnam

Laos

Laos

Vietnam

Cambodia

Gulf of Thailand

Andaman Sea

Malaysia

Divine

Buddhism
Touring
Thailand

-  National capital
-  12 Sodiac Relics
-  Ancient Buddha
-  Naka History
-  Chinese History town
-  Province
-  River

7) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ทางศาสนา เส้นทางแห่งศรัทธา

กิจกรรมเส้นทางบูชา พระธาตุ สำคัญ ความศรัทธาในตำนานพระพุทธศาสนา (บรรจุพระบรมสารีริกธาตุตามตำนานพระพุทธศาสนา)

พระธาตุที่เชื่อว่าบรรจุพระบรมสารีริกธาตุในประเทศไทย

ภาคเหนือ

- พระธาตุดอยสุเทพ
- พระธาตุศรีจอมทอง
- พระธาตุหริภุญชัย
- พระธาตุช่อแฮ
- พระธาตุแช่แห้ง
- พระธาตุลำปางหลวง
- พระธาตุดอยกองมู

ภาคอีสาน

- พระธาตุพนม
- พระธาตุเชิงชุม
- พระธาตุเรณูนคร
- พระธาตุมหาชัย
- พระธาตุประสิทธิ์
- พระธาตุท่าอุเทน

ภาคกลาง

- พระปฐมเจดีย์
- พระเจดีย์ภูเขาทอง

ภาคใต้

- พระบรมธาตุ
- นครศรีธรรมราช
- พระธาตุไชยา

รูปแบบกิจกรรม

1. พิธีบูชา พระธาตุดอยตุง จังหวัดเชียงราย เชื่อมโยงกับ พระธาตุเชียงตุงเมืองสิงห์ ประเทศลาว (มีตำนานว่าบรรจุกระดูกไหปลาร้า ของพระพุทธเจ้าเหมือน พระธาตุดอยตุง)
- พระธาตุอื่นๆในวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น พระธาตุเมืองเชียงตุงพม่า และ เมืองสิบสองป่านาในประเทศจีน
2. พิธีบูชาพระธาตุ (เจดีย์) สำคัญในภาคกลาง เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม เจดีย์ภูเขาทอง วัดสระเกศ
3. พิธีบูชา พระธาตุสำคัญในภาคใต้ เช่น พระธาตุนคร วัดมหาธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช พระธาตุไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เชื่อมโยงกับ ศรีลังกา อินเดีย มาเลเซีย และสิงคโปร์

กิจกรรมเส้นทางบูชาพระธาตุ 12 ราศี

พระธาตุประจำปีเกิดของราศีต่างๆ

1. ปีมะแม = พระธาตุศรีจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
2. ปีจอ = พระธาตุลำปางหลวง จังหวัดลำปาง
3. ปีชวด = พระธาตุช่อแฮ จังหวัดแพร่
4. ปีมะโรง = พระธาตุพระพุทธรูปทองคำ จังหวัดเชียงใหม่
6. ปีมะเส็ง = พระธาตุพุทธคยา ประเทศอินเดีย หรือ พระธาตุเจดีย์ยอด จังหวัดเชียงใหม่
7. ปีมะเมีย = พระธาตุขะเจดากอง ประเทศพม่า
8. ปีมะแม = พระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่
9. ปีวอก = พระธาตุพนม จังหวัดนครพนม
10. ปีระกา = พระธาตุหริภุญไชย จังหวัดลำพูน
11. ปีจอ = พระธาตุแก้วจุฬามณี จังหวัดเชียงใหม่
12. ปีภุช = พระธาตุดอยตุง จังหวัดเชียงราย



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดพิธี สืบชะตาเมือง สืบชะตาคน บูชาพระธาตุ แก่ธาตุองค์สำคัญต่างๆ พร้อมกันทั่วประเทศในวันสำคัญทางศาสนา
2. เชิญตัวแทนชาวพุทธจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว เวียดนาม จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ฯ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างกระแสท่องเที่ยว
3. จัดเตรียมวัดถ้ำมถุญคหรือสัญลักษณ์ทางศาสนาเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่ผู้ร่วมกิจกรรม
4. จัดงานแสดงงานศิลปวัฒนธรรมทางศาสนาพุทธ การละเล่นโบราณ ตามประเพณีอาเซียน ถวายเป็นพุทธบูชา
5. จัดกิจกรรมอาหาร ตามตำนานศาสนาพุทธ เช่น การกวนข้าวทิพย์ ฯ และอาหารเจสำหรับต่างๆ เน้นความเป็น แหล่งอาหารออร์แกนิก สะอาด ถูกหลักอนามัย การใช้ภาชนะรีไซเคิล และ ภาชนะที่มาจากธรรมชาติเป็นหลัก





ASEAN

Martial arts

Muay Thai

Warrior trail &

Famous sports

National capital

ข้อมูลศิลปะป้องกันตัวอาเซียน

1. ประเทศไทย มวยไทย 4 ประเภท
 - ภาคเหนือ มวยท่าเสา
 - ภาคอีสาน มวยโคราช
 - ภาคกลาง มวยลพบุรี
 - ภาคใต้ มวยไชยา
2. ประเทศกัมพูชา Pradal Serey
 - Muay Thai in Thailand. มวยไทยในประเทศไทย
 - Tomoi in Malaysia. Tomoi ในประเทศมาเลเซีย
 - Lao Boxing in Laos. ลาวมวยในประเทศไทย
 - Lethwei in Myanmar. Lethwei ในพม่า
3. ประเทศเวียดนาม ไววินัม
4. ประเทศมาเลเซีย Silat
5. ประเทศอินโดนีเซีย เคมโป คาราเต้
6. ประเทศบรูไนดารุสซาลาม ปันจักสีลัต (Pencak Silat)
7. ประเทศฟิลิปปินส์ ชกมวยสากล

ข้อมูลกีฬาประจำประเทศ

1. ประเทศไทย มวยไทย ตะกร้อ
2. ประเทศกัมพูชา Pradal Serey
3. ประเทศพม่า ชินลง (Chinlone)
4. ประเทศลาว กีฬาพื้นบ้านลูกช้าง
5. ประเทศเวียดนาม ไววินัม
6. ประเทศมาเลเซีย Silat
7. ประเทศสิงคโปร์ ฟุตบอล
8. ประเทศอินโดนีเซีย เคมโป คาราเต้
9. ประเทศฟิลิปปินส์ บาสเกตบอล ชกมวย
10. ประเทศบรูไนดารุสซาลาม ปันจักสีลัต (Pencak Silat)



8) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางแห่งนักรบมวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน

มวยไทย สายสัมพันธ์ข้ามพรมแดน

มวยไทยนั้นมีมาพร้อมกับคนไทย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติไทยมาช้านาน ในสมัยโบราณประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ จึงมีการสู้รบกันอยู่เสมอๆ ดังนั้นชาวไทยจึงนิยมฝึกมวยไทยควบคู่กับการฝึกอาวุธ ต่อมาได้วิวัฒนาการจนกลายเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้นมีลีลาการเคลื่อนไหวที่สวยงามแฝงไว้ด้วยความแข็งแกร่งดุดัน สามารถฝึกเพื่อป้องกันตนเอง เพื่อความแข็งแรงของร่างกาย

รูปแบบกิจกรรม

1. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้มวยไทย เน้นการท่องเที่ยวระยะยาว พัก โฮมสเตย์เพื่อฝึกมวยไทย โดยพัฒนาศักยภาพจากค่ายมวยต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. จัดการแข่งขันมวยไทยนานาชาติ ตามประเทศต่างๆสร้างความสัมพันธ์กับนานาชาติ และ จัดการแข่งขันกีฬ การต่อสู้ ศิลปะป้องกันตัวของประเทศต่างๆ จุดมุ่งหมายเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ นำใจนักกีฬา
3. เปิดสอน ในรูปแบบเข้าค่ายกิจกรรม พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ มวยไทย ให้เยาวชน และ บุคคลทั่วไป
4. จัดการแข่งขันคัดเลือก สำหรับเยาวชน เน้นในด้านกิจกรรมเสริมทักษะทางด้านร่างกาย เช่น การฟิตเวิร์ค การหลบหลีกเป้า ฝึกสายตา เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการฝึกความแข็งแกร่งและ ยืดหยุ่นของร่างกาย เสริมสร้างความรู้ ไม่ให้ข้องเกี่ยวกับการพนัน และ อายุมุข
5. จัดการแข่งขัน มวยไทยโบราณและมวยรูปแบบอื่นๆ เช่น มวยทะเล มวยคาดเชือก มวยดับจาก เพื่อรื้อฟื้น ตำรามวยทุกสาขา และ ส่งเสริมความ สง่างาม ของนักรบโบราณ มีการแต่งตัว ครอบตามองค์ประกอบของแต่ละสำนักจากภาคต่างๆ เป็นตัวแทนเข้าแข่งขัน



รูปแบบกิจกรรมเส้นทางแห่งสุภาพบุรุษนักรบ

1. การจัดการประลอง ชกมวย ไทย-กัมพูชา เป็นการเชื่อมสัมพันธ์ ทางกีฬา นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งสร้างความสัมพันธ์ อันดีให้กับทุกประเทศทั่วโลก “มวยไทย” และ “มวยเขมร” นับเป็น การสร้างมิตร สร้างน้ำใจแห่งนักกีฬา ความสง่างามของสายสัมพันธ์แห่งนักรบไทย และ เขมร อีกทั้งยัง สร้างชื่อเสียง ว่าเป็นกีฬาที่แข็งแกร่งดั่งมาดิงดุดนักท่องเที่ยวนานาชาติ
2. จัดแคมเปญให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อมาศึกษา และ เยี่ยมชม ศิลปะชนิดนี้ อย่างแพร่หลายโดย เริ่มจากนักท่องเที่ยวดังกล่าว หรือ นักเรียนที่มากฝึกชกมวยไทย ฝึกเรียนศิลปะการต่อสู้จากประเทศไทยจนได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากกรมพลศึกษาอย่างถูกต้อง ในขั้น “สุภาพบุรุษนักรบมวยไทย” จากนั้น จึงส่งตัวไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์ โดยจัดการแข่งขัน แลกเปลี่ยนทักษะขั้นสูง ที่ กัมพูชา และ ส่งเสริมการเดินทาง โดยดูแลแหล่งอารยธรรมโบราณ นครวัด นครธม ศึกษา แลกเปลี่ยน ตำราวิชชายุทธ์ ไทย-กัมพูชา เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ในการเชื่อมโยงสายสัมพันธ์ ที่มีมาช้านาน จนได้ใบรับรองจากทั้งสองประเทศว่าเป็น “วีรบุรุษนักรบมวยไทย” เป็นการจบหลักสูตร อย่างสมบูรณ์



Myanmar

Viet nam

Laos

Combodia

Gulf of Thailand

Andaman Sea

Dinotopia

Geopark
Traveling
Trial



National capital



Acient
Geopark

Province

River

Ha Noi

Vinh

Veintiane

Rangoon

Ancient
higher
primates

Naypyitaw

Ping River

Wang River

Yom River

Nan River

Mae Kong River

Mae Kong River

Phetchabun

Lbei

Nong Bua

Lamphu

Udon Thani

Kalasin

Khon Kean

Chaiyaphum

Prachin Buri

Bangkok

Mun River

Ubon Ratcha thani

Tonle Sap

Prasat Taprom

Phanom Penh

Ho Chi Minh

Nakhon Si Thammarat

9) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางโลกล้านปี ไดโนโทเปีย จีโอพาร์ค

การค้นหากาบริกค้ำบรพค้ไดโนเสาร์ในประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มต้นขึ้นได้ไม่นาน โดยในปี พ.ศ. 2519 กรมทรัพยากรธรณีได้ค้นพบโครงกระดูกขนาดใหญ่ในเขตอำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการวิจัยขณะนั้นทราบเพียงว่าเป็นไดโนเสาร์ซอโรพอด มีความยาวประมาณ 15 เมตร นับว่าเป็นรายงานการค้นพบซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ครั้งแรกในประเทศไทย ต่อมาได้มีการสำรวจที่บริเวณกุเวียงอีกทำให้พบกระดูกส่วนต่างๆ ของไดโนเสาร์และสัตว์อื่นๆ เป็นจำนวนมากอยู่ในชั้นหิน จึงนับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นการค้นหากาบริกค้ำบรพค้ไดโนเสาร์อย่างจริงจัง

จังหวัดที่ค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์ในประเทศไทย มีดังนี้

1. สยามโมไทรันนัส หินลาดยาว อ.กุเวียง / โครงกระดูกไดโนเสาร์ซอโรพอด อ.กุเวียง จ.ขอนแก่น
2. ซากไดโนเสาร์ที่ถูกขุดพบที่ ต.โนนบุรี อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์
3. ชิ้นส่วนไดโนเสาร์ อ.ภูกระดึง / รอยเท้าไดโนเสาร์ ภูหลวง จ.เลย
4. กระดูกสะโพกส่วนหน้าของไดโนเสาร์โพรซอโรพอด อ.น้ำหนาว จ.เพชรบูรณ์
5. ฟันไดโนเสาร์ที่ อ.คำม่วง จ.กาฬสินธุ์
6. รอยเท้าไดโนเสาร์กินเนื้อขนาดย่อม ภูเก้า จ.หนองบัวลำภู
7. ซิตตะโกซอร์ส ไดโนเสาร์ปากนกแก้ว จ.ชัยภูมิ
8. อุทยานล้านปีภูผายล อ.หนองแสง จ.อุดรธานี
9. แหล่งไดโนเสาร์ยุคสุดท้าย ป่าชุมชนโคกผาส้วม อ.ศรีเมืองใหม่ จ.อุบลราชธานี
10. รอยเท้าไดโนเสาร์เทอโรพอด อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.ปราจีนบุรี
11. ที่เร็กซ์ อ.บางขัน จ.นครศรีธรรมราช

ประเทศเพื่อนบ้านที่ค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์ มีดังนี้

1. ประเทศพม่า ค้นพบฟอสซิล บรรพบุรุษของทั้งมนุษย์ ลิง และลิงไม่มีหาง “ซิจีเด” (djijidae) เพื่อรำลึกถึงเด็กผู้หญิงจากหมู่บ้านหนึ่งในใจกลางพม่า ซึ่งเป็นประเทศที่ขุดพบซากฟอสซิลดังกล่าว พบฟันของแอฟเรเซียจำนวน 4 ซี่
2. ประเทศลาว รอยเท้าไดโนเสาร์ เมืองสะหวันนะเขตบริเวณแก่งน้ำแก้วหลวง จะพบร่องรอยเท้าจำนวน 17 รอย และฝั่งด้านตรงข้ามน้ำอีก 18 รอย โดยมีการทำสัญลักษณ์พื้นสีสเปรย์วงไว้อย่างชัดเจน
3. ประเทศกัมพูชา พบเห็นรูปแกะสลักหินรูปสัตว์คล้ายไดโนเสาร์พันธุ์ Stegosaurus ผสมกับ Triceratops ที่ปราสาทตาพรหม

ที่มา : <http://th.wikipedia.org> / <http://travel.thaiza.com> / <http://www.komchadluek.net> / <http://www.manager.co.th>



จากหลักฐานข้อมูลการค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์นี้ พบว่าภาคอีสานตอนบน มีศักยภาพในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวได้มากกว่าความเป็นพิพิธภัณฑ์อยู่มาก

รูปแบบกิจกรรม ไดโนโทเปีย จีโอพาร์ค

1. การนำความคิดที่ได้แรงบันดาลใจจากหนังสือ “Dinotopia” by James Gurney คือการใช้จินตนาการภายในความคิดที่ว่า “มนุษย์จะอยู่ร่วมกับไดโนเสาร์ ได้อย่างไรหากยังไม่สูญพันธุ์?” ก่อให้เกิด กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมาย จากแนวคิดนี้

1.1 จัดกิจกรรม Dinotopia town หมู่บ้านไดโนเสาร์ โดย นำหลักการการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับไดโนเสาร์ ให้อยู่ร่วมกับชุมชน สร้างอัตลักษณ์ปะปน เน้นลูกเล่น สนุกสนาน น่าสนใจ ตามที่ต่างๆ ของหมู่บ้านที่ใกล้เคียงพบร่องรอยไดโนเสาร์ จัดทำเป็น Home stay ลักษณะต่างๆ

1.2 เทศกาล เฉลิมฉลอง วันไดโนเสาร์ โดยให้อยู่ใน Theme หลักว่า เป็นเทศกาล ที่ มนุษย์ฉลองร่วมกับไดโนเสาร์ สร้างเสริมความรู้ จินตนาการ โดยพิจารณาตาม หลักเกณฑ์ของ ลักษณะนิสัยเฉพาะ ของไดโนเสาร์นั้นๆ สร้างเมนูอาหารที่ไดโนเสาร์ ชอบกิน หรือ สร้างโดยใช้แรงบันดาลใจจาก ลักษณะเฉพาะ ของพันธุ์นั้นๆ

4. อัตลักษณ์เมือง และ ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

จากการศึกษาพื้นที่จริง ทางทีมวิจัยจึงทำการทดลองทำ อัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อประกอบความเข้าใจ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5-3 ตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์



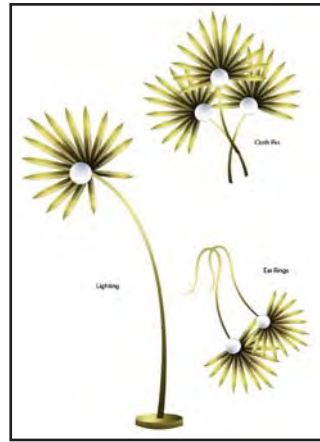
(1)

อัตลักษณ์ ตราประทับ จ.แพร่



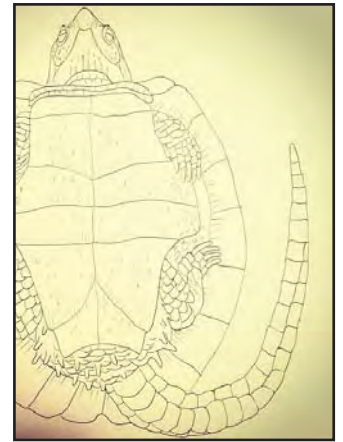
(2)

ลายผ้าดอกกระเจียว จ.ชัยภูมิ



(3)

ผลิตภัณฑ์ ที่ระลึก จ.มุกดาหาร



(4)

Botanical เต่าปู่ จ.แพร่



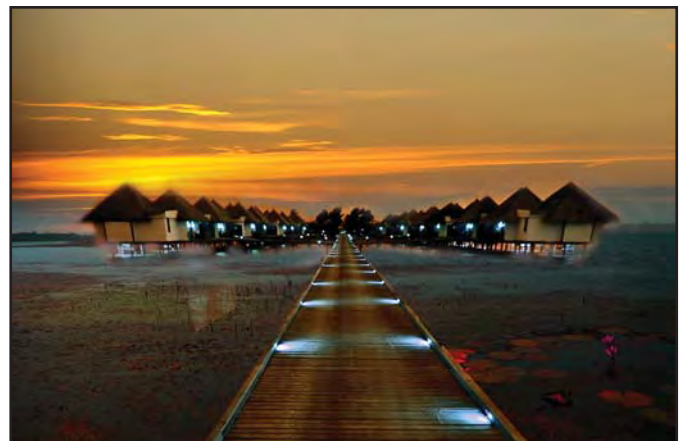
(5)

อัตลักษณ์ ประตุมือง จ.อุดรธานี



(6)

ภาพประกอบตำนาน จ.มุกดาหาร



(7)

โรงแรมที่พัก ชมนกน้ำ หนองละหาน จ.ชัยภูมิ



(8)

โดม 4D ประกอบการบรรยาย ก่อนล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา



(9)

ผลิตภัณฑ์ ที่ระลึก มวยไชยา

จังหวัดเชียงราย

จุดเชื่อมต่อวัดพระแก้ว จาก พิพิธภัณฑสถานจอมพล ป. มี ถนนเลียบริมทางเดิน และ ต้นไม้ใหญ่ ร่มรื่น เหมาะกับการจัดกิจกรรม ขายสินค้าพื้นเมือง ทำมือ จากศิลปิน เชียงราย ต่างๆ ส่งเสริมให้ปลูกต้นไม้ ที่เป็น ไม้เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตชนเผ่า ต่างๆ สร้างบรรยากาศการเดิน และเส้นทาง บูชา วัดพระแก้ว ดังนี้

ภาพที่ 5-4 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ถนนหน้า พิพิธภัณฑสถานจอมพล ป. จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศยามเช้า เพื่อเดินหรือ ชี่จักรยานไปดักบาตร



(2) บรรยากาศยามเย็น แสงไฟ จากร่มบ่อสร้าง และตุงประดับ เพื่อให้เป็นเส้นทางในเกิดกิจกรรมเส้นทางโชมผลงาน สินค้าของ ศิลปิน



(3) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

สะพานเหล็ก ตกแต่งด้วยซุ้มโค้งไม้ไผ่ ต่อจากทางเดิน พิพิธภัณฑ์บ้านจอมพล ป. สำหรับเชื่อมต่อจาก วัดพระแก้ว เพื่อให้ง่ายต่อการเดิน บิณฑบาต ยามเช้า และเป็นที่ท่องเที่ยวในยามเย็น

ภาพที่ 5-5 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ จุดเชื่อมต่อจาก วัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศยามเช้า พระภิกษุ เดินทางเป็นหมู่คณะ เพื่อให้พุทธศาสนิกชน ทำบุญ ตักบาตร



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

ภาพที่ 5-6 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ พิพิธภัณฑ์ดอยพระบาท จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการปรับแต่งภูมิทัศน์ ทำสวนประดับ เขาวงกต สำหรับนักท่องเที่ยวให้มาพักผ่อน และเข้าเยี่ยมชม



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

สะดือเมือง เสาสะดือเมืองเชียงราย (เสาหลักเมือง) เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของการก่อตั้งชุมชนและเมือง สำหรับจังหวัดเชียงรายจะเรียกเสาหลักเมืองว่าเสาสะดือเมือง จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ระบุว่า เมื่อครั้งการสร้างเมืองครั้งแรกใช้คำว่า “เสาสะดือเมือง” ไม่ใช่คำว่าเสาหลักเมือง

ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างการปรับปรุงทัศน สะดือเมือง จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการเพิ่มความสำคัญให้กับที่แห่งประวัติศาสตร์ สร้างกิจกรรม รดน้ำสะดือเมือง



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

วัดพระธาตุคอกยเขาควายแก้ว เป็นวัดในจังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่บนคอกยแห่งหนึ่งบริเวณเส้นทางไปดงมะดะ บนยอดคอกยเป็นจุดชมวิวทิวทัศน์รอบ ๆ ตัวเมืองของจังหวัดเชียงราย ซึ่งสวยงามและกลางวันและกลางคืน เป็นวัดที่เก่าแก่ ถูกสร้างขึ้นในสมัยพุทธกาลราว 1,000 กว่าปี มีตำนานเก่าแก่เรื่อง แมงสืหนูห้าตา และ ควายเผือกแก้ว เขาแสง ในเจดีย์ได้บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ อันเป็นข้อมือนิ้วก้อยข้างซ้ายของพระพุทธเจ้าและเขาของควายเผือกแก้วเขาแสงอีกด้วย

ภาพที่ 5-8 ตัวอย่าง การปรับปรุงทัศน วัดพระธาตุคอกยเขาควายแก้ว จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการเพิ่มความสำคัญให้กับถ้ำ แมงสืหนูห้าตา



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

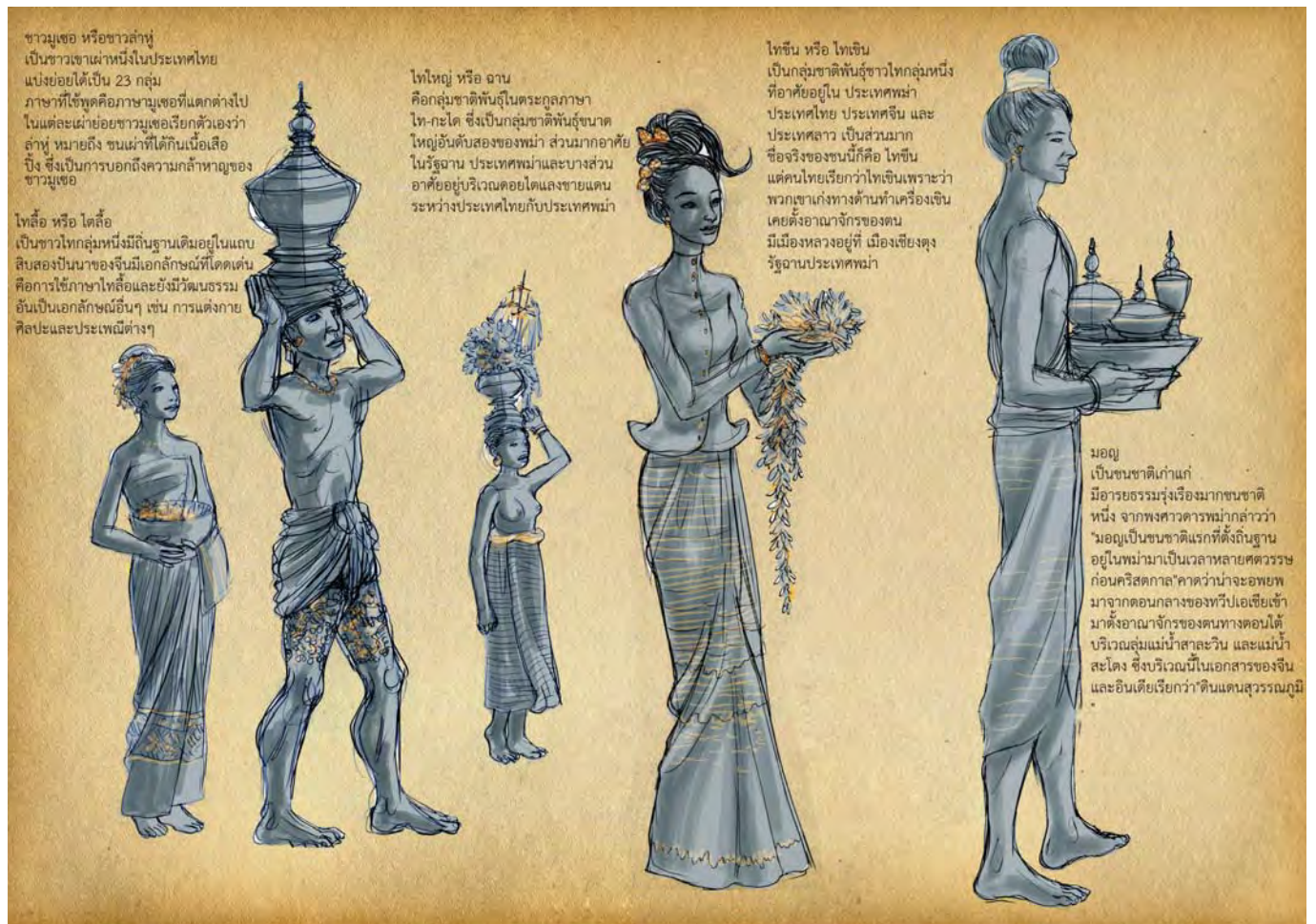
จังหวัดเชียงราย : เชียงแสน

จุดเชื่อมต่ออารยธรรม เมืองเชียงแสน สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เมืองแห่งประวัติศาสตร์ แห่งชาติพันธุ์

ภาพที่ 5-9 ตัวอย่าง การปรับภูมิทัศน์ เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยายภาพการเพิ่มความสำคัญให้กับที่แห่งประวัติศาสตร์ สร้างกิจกรรม แห่งข้างรับแขกเมือง เชียงแสน



(2) ภาพประกอบรูปปั้นสำริด ชาติพันธุ์ ตัวอย่าง ชาว 5 เชียง



แม่สลองเชียงราย ตัวอย่างสินค้าสำหรับกิจกรรม ชิมชา ดอยแม่สลอง : เชียงราย เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่



(1) ภาพจากซ้ายบน - โปสเตอร์ โปสการ์ด ลายผ้า / ขวบน - ผ้าพันคอ / ล่าง - เมื่อนำลายผ้า มาออกแบบทำเฟอร์นิเจอร์

จังหวัดชัยภูมิ

สัญลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักดี คือ **ดอกกระเจียว** ซึ่งจะบานในหน้าฝนช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม ซึ่ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้เป็นจำนวนมาก เพราะความสวยงามที่เด่นชัด แต่เมื่อดอกกระเจียวโรยรา นักท่องเที่ยวก็หายไปหมด เพื่อแก้ปัญหานี้ และเพื่อยืดระยะเวลาการท่องเที่ยวของชัยภูมิ ให้นักท่องเที่ยวมา ได้ตลอดปีทีมงานจึงได้เสนอให้ดึงเอกลักษณ์อย่างอื่นที่มีอยู่มากมายของชัยภูมิมาสร้างเป็นเรื่องราวเพื่อพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยว **ปราสาทหิน** มาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ผูกเรื่องราวของนครชัยบุรินทร์ บวกด้วยจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเชื่อมโยงถึงเขาพระวิหารของกัมพูชา และบวกด้วย อุบล เชื่อมโยงถึงประเทศลาว เพื่อเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ปราสาทหินซึ่งจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี โดยที่จังหวัดที่เกี่ยวข้องต้องให้ความร่วมมือ สร้างเรื่องราว (Story) ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ และจัดกิจกรรมต่างๆตามพิธีกรรม การแสดงด้านวัฒนธรรมรองรับ อีกทั้ง ยังมี **ทุ่งใบเสมา** ที่เป็น สัญลักษณ์ แห่งความรุ่งเรืองทางอารยธรรม โบราณ

ภาพที่ 5-11 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลลัพธ์ จังหวัดชัยภูมิ



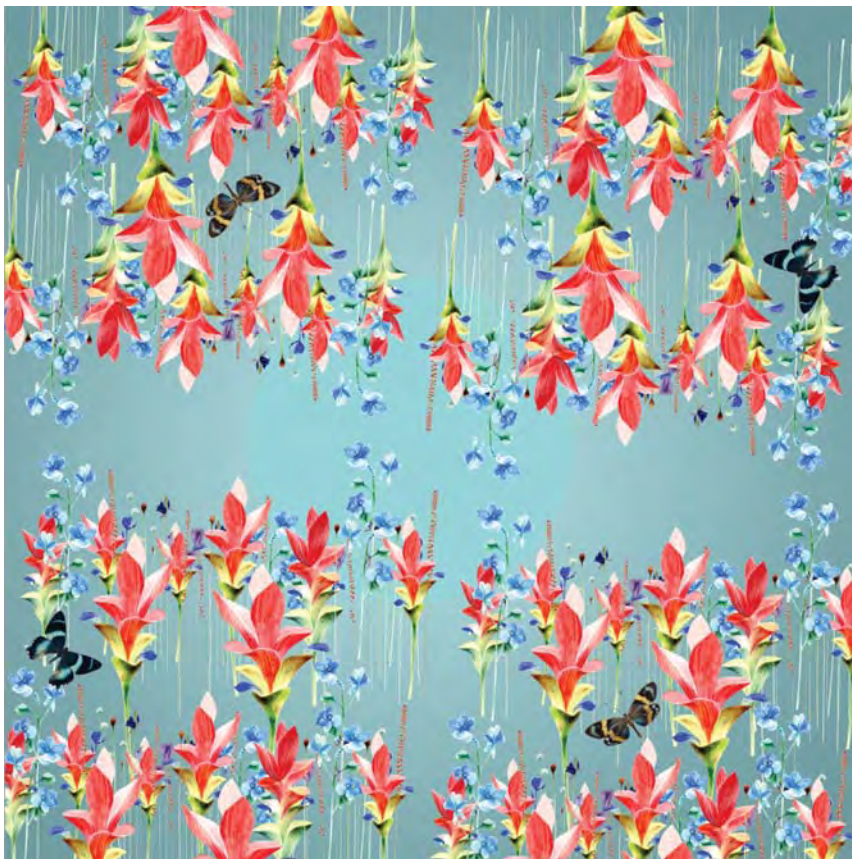
(1) ตัวอย่างโลโก้ สัญลักษณ์การท่องเที่ยว ของจังหวัด ชัยภูมิ นำมาทำ ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่

ดอกกระเจียว ซึ่งจะบานในหน้าฝนช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม ซึ่ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้เป็นจำนวนมาก

ภาพที่ 5-12 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง ผลัดกันซ์ ดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ



(1) ดอกกระเจียว และ ดอกไม้ในป่าหินงาม สัญลักษณ์การท่องเที่ยว ของจังหวัด ชัยภูมิ นำมาทำลายผ้า ลงบนผ้าไหมบ้านเขว้า และเป็น ผลัดกันซ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่



(2) อัตลักษณ์ของชัยภูมิ เกียะญอกร
เกียะปักไม้พื้นบ้านของ ชนเผ่าชาติพันธุ์ดั้งเดิมของชัยภูมิ

มอหินขาว โดยสร้างสิ่งปลูกสร้างเลียนแบบรูปทรงหินธรรมชาติ พร้อมดอกไม้เมืองหนาว เพื่อดึงนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว เป็นเส้นทางท่องเที่ยวชมดอกไม้
ต่อจากฤดูฝน

ภาพที่ 5-13 ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ มอหินขาว จังหวัดชัยภูมิ



(1) มอหินขาว บ้านHobbit สร้างเป็น โรงแรม เพื่อเป็นอัตลักษณ์ใหม่ ให้เกิดความน่าสนใจ ในการนำรูปทรงของโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ของมอหินขาว

ภาพที่ 5-14 ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ปราสาทภู จังหวัดชัยภูมิ

ปราสาทภู (ปราสาทหิน) มาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ของนครชัยรินทร์



(1) ปราสาทภู อัตลักษณ์ของชัยภูมิ จุดเชื่อมต่อ เส้นทางปราสาทหิน



จังหวัดสุราษฎร์ธานี

มวยไชยา มวยไทยที่กำลังสาบสูญ นำมารื้อฟื้นเป็นเอกลักษณ์ ประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภาพที่ 5-15 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์ มวยไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



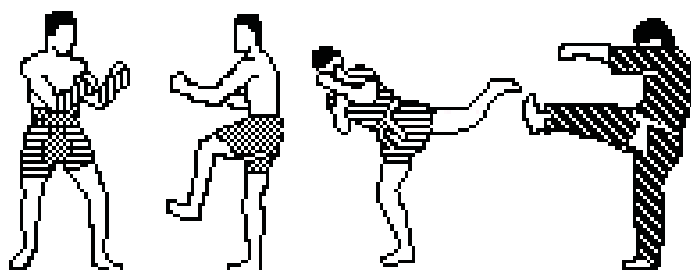
(1) เอราวัณเสงา



(2) หมอกบิลลี่



(3) คโณนเจ็ดโพธิ์ทอง



(4) Pixel art มวยไทย นำมาเป็น ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัย





(1) ม้าน้ำ-โลมาสีฟ้า สุราษฎร์ธานี อัตลักษณ์ของสุราษฎร์ธานี ที่ เป็นจุดแวะถ่ายรูปสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งกลางวันและกลางคืน

6. สรุปและ
เสนอแนะ
ด้านนโยบาย

บทที่ 6 : สรุป และเสนอแนะ ด้านนโยบาย

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อตอบโจทย์วิจัยคือ หนึ่ง ทำอย่างไรให้ประเทศไทยรักษาลำดับความสามารถในการแข่งขันไว้ในอาเซียน และเลื่อนลำดับความสามารถในการแข่งขัน สอง แม้ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วมานานแต่ยังต้องมีการพัฒนาด้านอื่นๆที่เป็นองค์ประกอบของการแข่งขันอีกมากเช่นกัน สาม ประเทศไทยควรมองโอกาสของการรวมกลุ่มประชาคมเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค โดยใช้ศักยภาพด้านต่างๆที่พัฒนามาตลอดสามทศวรรษ ร่วมกับการเข้าถึง (Connectivity) กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในอนุภูมิภาคที่ยังใหม่ต่อนักเดินทาง-ท่องเที่ยวสี่ การพัฒนาจุดหมายใหม่ๆตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้ประโยชน์ตกแก่ประชาชนในประชาคมโดยทั่วถึงกันตามความสามารถในการแข่งขัน

ขนาดตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกและภูมิภาคที่ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง¹ นอกจากนั้นยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 10 อันดับแรกของโลกในปี 2552-2553 นำโดยนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา จีน สเปน อิตาลี ฯลฯ และที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนถึง 23-24 ล้านคนต่อปี แต่จะอย่างไรให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคอาเซียน

การวิเคราะห์ ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ด้วยการพยากรณ์แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยหากมีการปรับระดับองค์ประกอบด้านต่างๆ (pillars) ที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน แสดงโดยดัชนี Travel and Tourism Competitive Index (TT&T) จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้²

อย่างไรก็ตามประเทศต่างๆในอนุภูมิภาคกำลังทำการปรับองค์ประกอบเหล่านี้เช่นกัน ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องแสวงหากลยุทธ์ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน ตลาดที่น่าจะเป็นที่จับตาเพราะมีศักยภาพคือนักท่องเที่ยวจาก จีน รัสเซีย อินเดีย-เอเชียใต้ และประเทศใน AEC ด้วยกันเอง นอกจากนี้จะต้องรักษาสถานะเกาหลี ญี่ปุ่น ราชอาณาจักรอังกฤษและยุโรปอื่นๆไว้ให้ได้

ในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อลดผลกระทบของการหดตัวของตลาดการท่องเที่ยวสู่ประเทศไทย ให้รักษาสถานะไว้และสามารถเพิ่มขนาดตลาดได้ในอนาคต (Economic Impact of AEC Integration) หลังจากวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) เราพบว่า การท่องเที่ยวไทยยังมีศักยภาพ แต่ต้องมีการกำหนด อัตลักษณ์ให้ชัดเจน ที่แตกต่างจากตลาดเพื่อนบ้านที่เกิดขึ้นใหม่ และตลาดที่ค่อนข้างพัฒนาแล้วได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงเพื่อการบริหาร-จัดการ ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศในอนุภูมิภาคฯ โดยเฉพาะพม่า กัมพูชา ลาว และเวียดนาม มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันทั้งในด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม ดังนั้นการวางกลยุทธ์การตลาดให้การท่องเที่ยวไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงจึงเป็นจุดเริ่มของการนำประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางของ AEC ต่อไป

แม้ว่าจะไม่มีการคำนวณต้นทุน-ผลได้ของการเชื่อมโยง แผนงานสำคัญคือการนำเสนอ การประเมิน ต้นทุน – ผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับ อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและสินค้าของที่ระลึก-บริการท่องเที่ยว (The Cost-Benefit Appraisal of Creative Tourism's Flagships' Investment Projects) ของ แผนกลยุทธ์เหล่านี้ด้วยภาพ การถ่ายทำ การออกแบบเพื่อปรับอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวบางจุดเพื่อเป็นการนำเสนอวิธีการปรับภาพลักษณ์ของ เมือง การกำหนดกิจกรรมการเชื่อมโยง และการนำเสนอการออกแบบสินค้าของที่ระลึกเป็นตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อชี้ว่า หากมีการทำการลงทุนในแต่ละภูมิภาคของไทย เพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคประเทศไทยมีผลได้มากกว่าต้นทุนของการลงทุนเชื่อมโยงในระยะยาวและเป็นการรักษา สร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคได้

¹ มีการหดตัวเป็นครั้งคราวตาม วัฏจักรธุรกิจของโลก (World's business cycle) เช่นในปี 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 3.8 เทียบกับ การขยายตัวร้อยละ 2.1, 6.5 และ 4.4 ในปี 2008, 2010 และ 2011 ตามลำดับ เนื่องจากการปรับตัวของตลาดการท่องเที่ยวต่อการหดตัวของเศรษฐกิจโลก (UNWTO 2012)

² ดูปทที่ 2 และ 3

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางในอาเซียน

จากทฤษฎีแนวคิดในการออกแบบ หลังจากการเดินทางค้นหาข้อมูล สัมภาษณ์ รวบรวมข้อมูล สรุปการเชื่อมโยงที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

2.1 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับภูมิภาคสู่อาเซียนในบริบทของประเทศไทย

ภาคเหนือ

- 1) ชาติพันธุ์และอาณาจักร 5 เชียง
- 2) ความเชื่อและตำนานพุทธศาสนา “พระธาตุ 12 ราศี”
- 3) เส้นทางชา

ภาคใต้

- 1) ใช้ทรัพยากรทางทะเล “ว้ายไปกับโลมา” ฯลฯ
- 2) มวยไชยา
- 3) มรดกโลกและเมืองแห่งอารยธรรม

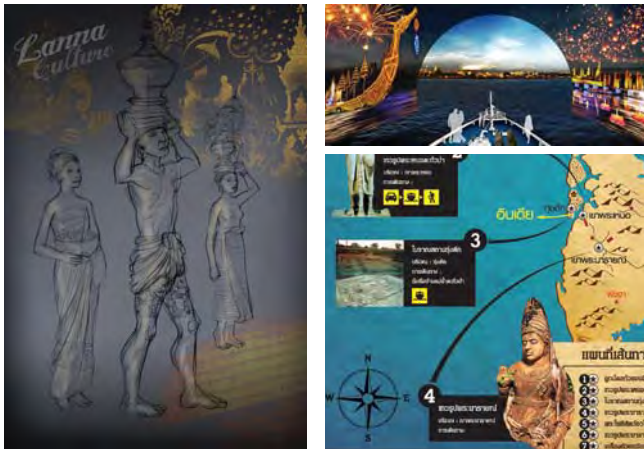
ภาคอีสาน

- 1) เส้นทางปราสาทหิน
- 2) ตำนานพญานาค
- 3) โลกล้านปี
- 4) ตามรอยบรรพชน - ชาติพันธุ์ไท - ชาติพันธุ์มอญ
- 5) บินตามนก (นกน้ำ-นกอพยพ)
- 6) ตามรอยผ้าไหม

ภาคกลาง

- 1) อารยธรรมแห่งสายน้ำ

ภาพที่ 6-1 ตัวอย่างโปรเจกพัฒนาอัตลักษณ์ ภาคเหนือ, กลาง, ได้



2.2 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับอาเซียน สู่มุมมอง

- 1) การเชื่อมโยง ทางมรดกโลก และ สมบัติโลก อาเซียน
- 2) การเชื่อมโยง วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน
- 3) การเชื่อมโยง เกาะสวรรค์ แห่ง อาเซียน
- 4) การเชื่อมโยง การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์
- 5) การเชื่อมโยง เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา
- 6) การเชื่อมโยง ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน
- 7) การเชื่อมโยง ทางศาสนา
- 8) การเชื่อมโยง เส้นทางแห่งนักรบ มวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน
- 9) การเชื่อมโยง เส้นทางโลกล้านปี ไดโนไทเปีย และ อารยธรรมโบราณ

ภาพที่ 6-2 แผนที่ประกอบภูมิศาสตร์ 10 ประเทศ อาเซียน



ภาพที่ 6-3 แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงเส้นทางใหม่ AEC



3. ข้อเสนอแนะการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

3.1 เส้นทางสายใหม่ หรือ ปรับปรุงเส้นทางในจุดเชื่อมต่อ

ภาคเหนือ

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ พม่า จีน ลาว

1. ภายในประเทศ

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

- 1.1 สร้างทางรถไฟ เชียงราย-แพร่-น่าน / เชียงราย-เชียงใหม่

2. ระหว่างประเทศในอนุภูมิภาค และชายแดน

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

- 2.1 ปรับปรุงประสิทธิภาพของเรือบริการในแม่น้ำโขงให้วิ่งเร็วขึ้น (จากไปหลวง พระบาง 2 วันให้เหลือ 1 วัน)
- 2.2 พัฒนาเส้นทางเดินเรือแม่น้ำโขง เชียงแสน-ไปพม่า-ลาว-ยูนาน (จีน)
- 2.3 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ผาตั้งทางเรือ (แม่น้ำโขง)

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

- 2.4 เปิดเส้นทางบิน เชียงราย-เชียงใหม่ / เชียงราย-หลวงพระบาง / เชียงราย-สิบสองปันนา / เชียงราย-ย่างกุ้ง / เชียงราย-ยูนาน

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

- 2.5 สร้างทางรถไฟ เชียงราย-เชียงของ-ห้วยทราย-เมืองสิงห์(ลาว) / เชียงราย-ท่าขี้เหล็ก-เชียงใหม่(พม่า)
- 2.6 พัฒนาทางรถยนต์ เชียงของ-เมืองสิงห์-จินตอนใต้ / แม่สาย-เชียงใหม่(พม่า)-จินตอนใต้

3.2 การเชื่อมโยง ระหว่างภูมิภาคของไทย และอนุภูมิภาคเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลาง

ภาคกลาง

1. การท่องเที่ยวสู่ภาคกลาง เชื่อมโยง ทวีโลกเข้าสู่ศูนย์กลางประเทศ เพื่อ “การท่องเที่ยวทางน้ำแห่งเทพนิยาย” โดย เปิดเส้นทางเรือโดยสาร กรุงเทพฯ-อยุธยา / กรุงเทพฯ-สมุทรปราการ

ภาคอีสาน

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวจาก จีน, พม่า, ลาว, กัมพูชา, เวียดนาม

1. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

สร้างทางรถไฟ เชื่อมชัยภูมิ-นครราชสีมา / อ.เมืองอุบลราชธานี-อ.โขงเจียม(อุบลฯ)

2. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

เชื่อมต่อเส้นทางลำน้ำโขง เพื่อการท่องเที่ยวทางน้ำ นานาชาติ โดยพัฒนาแม่น้ำโขงและเรือโดยสารให้มีประสิทธิภาพเป็นเส้นทางหลัก จากจีน, พม่า, ลาว, ไทย, กัมพูชา, เวียดนาม

3. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

ภายในประเทศ

เปิดเส้นทางบิน ชัยภูมิ-กรุงเทพฯ / ชัยภูมิ-อุดร / ชัยภูมิ-สุราษฎร์ / อุดร-เชียงใหม่ / อุดร-หาดใหญ่ (เชื่อมทะเลน้อยสงขลา) / อุดร-หัวหิน (เชื่อมสามร้อยยอดประจวบฯ) / อุดร-สุราษฎร์ (เชื่อมเขาสมิง จ.สุราษฎร์) / ชัยภูมิ-กรุงเทพฯ (เชื่อมบางปูสมุทรปราการ) / อุดร-นครสวรรค์ (เชื่อมบึงบอระเพ็ด นครสวรรค์) / อุดร-แม่ฮ่องสอน (เชื่อมปางอุ๋งแม่ฮ่องสอน)

ภายนอกประเทศ

เปิดเส้นทางบิน อุดร-กัมพูชา (เชื่อมทะเลสาบแกมพูชา) / อุดร-พม่า (เชื่อมทะเลสาบอินเล-พม่า) / อุดร-จีน เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ พม่า จาก ห้วยผ่านกาญจนบุรี มะริด-ราชบุรี เพื่อไปยังเกาะกง กัมปงโสม กัมพูชา และ เวียดนามตอนใต้ ทางรถยนต์

ภาคใต้

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวจาก พม่า, ลาว, กัมพูชา

1. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

สร้างการเดินทางทางน้ำชายฝั่ง เชื่อมอ่าวไทยและอันดามัน ตลอดจนระหว่าง สุราษฎร์ธานี-พังงา / ชุมพร-ระนอง

2. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

พัฒนาทางรถยนต์ สุราษฎร์ธานี-ตะกั่วป่า

3. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

ภายในประเทศ

เปิดเส้นทางบิน สุราษฎร์และภูเก็ต ไปยัง อีสาน นครราชสีมา / ชัยภูมิ และ สุภาคเหนือที่ แม่สอด / สุโขทัย

ภายนอกประเทศ

เปิดเส้นทางบิน สุราษฎร์ธานีและภูเก็ต - ย่างกุ้ง / มณฑลเลย์ - พุกาม / สุราษฎร์และภูเก็ต - หลวงพระบาง / สุราษฎร์และภูเก็ต - นครวัด

4. การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อ ขยายตลาดและรักษาให้ประเทศเป็น ศูนย์กลาง

1.) ช่องทีวีการท่องเที่ยวอาเซียนในมุมมองเส้นทางต่างๆที่เสนอไปข้างต้น แห่ง ต่างๆเน้นการเสนอหาค้นพบรูปแบบใหม่ที่ดึงดูด สร้างสรรค์ สนุกสนาน อันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ

2.) Free copy and Free map calendar รวมภาพ วันเวลา กิจกรรม เทศกาลทั้งปี ต่างๆในอาเซียน แนะนำเส้นทาง อัปเดตใหม่ทุก 1 เดือน เพื่อ สะดวก และทันต่อเหตุการณ์ ส่งไปตามสนามบินและแหล่งท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ

3.) YouTube/ Web blog / Face book/ Instagram update/ Line channel (Create sticker ASEAN traveling Thailand) เรื่องราว Real time รวมภาพบันทึกการท่องเที่ยว ตามงานต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งเสริม ให้ความรู้ความเข้าใจร่วมกัน ในการให้ความประทับใจในกิจกรรมที่แตกต่าง นั้นๆ

4.) ภาพยนตร์ /ละคร /สารคดี บอกเล่า เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอภาพ ลักษณะที่ดีในการเดินทางมาเริ่มต้นท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ยกตัวอย่าง เช่น เรื่องเล่า ตำนานประเพณีต่างๆ เสริมสร้างภาพลักษณ์ และจินตนาการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ในการใช้สื่อ เพื่อการท่องเที่ยวคือ เกาหลี ส่งเสริมเรื่องอาหาร และประวัติศาสตร์ บำบ๋า ยาทยา สิงคโปร์ ส่งเสริมเรื่อง อาหาร ประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะ ลักษณะนิสัยได้อย่างแนบเนียน

5.) หนังสือท่องเที่ยว / หนังสือภาพประกอบ / นิทาน / คอมมิค หรือการ์ตูน / สื่อ Animation เผยแพร่ ตำนานของแต่ละพื้นที่ ภาษา Thai/Eng เพื่อปลูกฝังเยาวชนรุ่นใหม่ และเป็นสื่อกลางที่ง่าย และ กระจายได้รวดเร็วแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป จากการดูภาพ ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องเล่า ประเพณีของตนเอง ที่สำคัญคือต้องมีคุณภาพที่ดี ในระดับสากล และมีพื้นฐาน จากเรื่องจริง ตัวอย่าง ที่เห็นได้ชัดคือ การเข้ามามีบทบาทของ Walt Disney และ การเข้ามาครอง พื้นที่ในตลาดไทย ของญี่ปุ่นโดยง่าย คือ การใช้สื่อการ์ตูน

ภาพที่ 6-4 โปรเจกต์ภาพประกอบเรื่องราว “เด็กหญิงไหมบ้านเขว้า”



5. การพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง

- 1.) ปรับปรุงระดับความปลอดภัย และสะดวกสบายของการเดินทาง สู่ ที่พัก ให้เป็นมาตรฐาน การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอดีกับสถานที่ (carrying capacity)
- 2.) ส่งเสริมความพร้อมแก่นักท่องเที่ยว ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว จากนานาชาติ ทั้ง มรรยาท ภาษา และ ทักษะในการให้บริการ
- 3.) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ถึงความปลอดภัย ในการร่วมเทศกาล การสร้างกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้ไม่ว่าศาสนาใด เพศอะไร เน้นความเข้าใจที่ชัดเจน งดงาม และรื่นเริง ของแต่ละกิจกรรม
- 4.) เจ้าหน้าที่รัฐ สถานพยาบาล บุคลากร ต้องมีความพร้อมและศักยภาพ ในการดูแลรักษา ในระดับ International
- 5.) พัฒนาพื้นที่ ความสะอาด ป้ายบอกทาง เพื่อเน้นการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- 6.) การสื่อสารมวลชน ควรผลิตสื่อ ละคร ที่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ วัฒนธรรม อันดีงาม รื้อฟื้น คติ ความคิดเสริมสร้างให้ ผู้บริโภค มีจิตสำนึก ถึงรากเหง้า ประเพณี อันดีงาม ทั้ง เรื่อง การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ภาษาพูดที่มีชั้นเชิง มรรยาท เพื่อ ปลุกฝังภาพลักษณ์ที่ดีงาม แต่ได้หลงลืมไป ในปัจจุบัน พัฒนาคุณภาพ ให้สมจริงสร้างเสน่ห์ให้กับ อาเซียน และ ประเทศไทย
- 7.) กระจายกำลังนักท่องเที่ยว สถาปนิก นักคิดสร้างสรรค์ ครีเอทีฟ นักการตลาด ลงส่วนภูมิภาคต่างๆ พัฒนาศักยภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ของฝาก ของใช้ อาหาร เครื่องดื่ม ปรับภูมิทัศน์ ของแต่ละพื้นที่โดยใช้หลัก การอนุรักษ์ที่ยั่งยืน เพื่อสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญ เป็น งานออกแบบที่มีคุณภาพ รักษา ความเป็น Brand Identity ของแต่ละพื้นที่ ให้มีเอกลักษณ์ สร้างจุดขาย ที่มีคุณภาพ ในระดับสากล
- 8.) พัฒนาป้ายบอกเส้นทาง และ อัตลักษณ์เมือง พัฒนา Brand Identity ทั่วประเทศ เหนือ กลาง ใต้ ตะวันออก ตะวันตก อีสาน โดยเริ่มจาก จุดเชื่อมต่อ ไปยังจังหวัดต่างๆ ไปยังรอยต่อสู่ภูมิภาคต่าง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ทำให้เด่นชัดและทันสมัย ไม่ขัดต่อทัศนียภาพ รักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสากล โดยใช้ ครีเอทีฟ ภูมิสถาปัตย์ และศิลปิน ที่มีคุณภาพ ทั้งรุ่นเก่า และใหม่ ร่วมสร้างงานให้เกิดผลงาน และ เป็น สัญลักษณ์ทั้งงดงาม แห่งพื้นที่นั้นๆ โดยพิจารณาตามสภาพแวดล้อม และความเหมาะสมของเมืองนั้นๆ

6. ขั้นตอนการผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติ

- 6.1 สรุปผลจากการประชุมระดมสมอง และนำเสนอแผนการขับเคลื่อนให้สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อลงมติรับหลักการ และระดมหาความร่วมมือจากภาคีรัฐเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการรับฟังสาธารณะ
- 6.2 นำข้อเสนอสู่รัฐบาลในช่องทางต่างๆ เพื่อให้คณะรัฐมนตรีรับทราบ และให้การสนับสนุนในหลักการ

6.3 ร่างแผนงาน-โครงการเพื่อเรียงลำดับความสำคัญของการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางตามแนวทางที่นำเสนอ เพื่อขอบรรจุลงในแผนการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในแผนการผลักดันภายใต้กรอบของความร่วมมือในอนุภูมิภาค และกำหนดผู้ที่เป็นเจ้าภาพในการลงทุน ภายในประเทศ และ ร่วมกับเพื่อนบ้านโดยการรับความช่วยเหลือจากรัฐบาลไทยและ / หรือ องค์กรระหว่างประเทศ

6.4 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้มีการกำกับติดตามผล และประเมินผลสัมฤทธิ์ รายงานต่อรัฐบาล ในฐานะ ผู้แทนผู้รับประโยชน์

การประชุมสัมมนาผลงานการวิจัยผลกระทบ สรุปได้ว่า

“เมื่อมีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของประเทศไทย กับประชาคมอาเซียน พบว่า “การท่องเที่ยวไทยยังมีศักยภาพ แต่ต้องกำหนดอัตลักษณ์ให้โดดเด่นชัดเจน แตกต่างจากตลาดเพื่อนบ้านที่เกิดขึ้นใหม่และพัฒนาแล้วได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของประเทศไทยในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง และ เขตชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการบริหารจัดการที่ดีขึ้น ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนุภูมิภาค โดยเฉพาะ พม่า กัมพูชา ลาว เวียดนาม มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันทั้งในด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม การวางกลยุทธ์การตลาดให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคถือเป็นจุดเริ่มต้นของการนำประเทศไทยเข้าสู่อนาคต AEC”

* หากดำเนินนโยบายเชิงปฏิบัติ ผลการพยากรณ์ รายรับรวมจากการท่องเที่ยวจะเพิ่มจาก 0.8 1.1 1.3 และ 1.9 ล้านล้านบาท (ในราคาประจำปี) จากปี 2012 2015 2017 และ 2020 ตามลำดับ จากการปรับความสามารถในการแข่งขัน เทียบกับ ภูมิ ที่ขยายตัวตามปกติ 0.8 1.0 1.2 และ 1.6 ล้านล้านบาท (ในราคาประจำปี) หรือเพิ่มประมาณ 1-3 แสนล้านบาทจากการลงทุน ปรับปรุงอัตลักษณ์ ฯลฯ ตามที่นำเสนอ ดังที่แสดงในการศึกษา

* หมายเหตุ ดูรายละเอียดจากบทที่ 3 หน้า 55-58

ภาพที่ 6-5 แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงไทยสู่ อนุภูมิภาค





เอกสารอ้างอิง

- [1] <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>
- [2] <http://th.wikipedia.org>
- [3] <http://www.tourism.australia.com>
- [4] <http://worldeconomicforum.com>
- [5] <http://www.weforum.org>
- [6] <http://www.tourism.go.th>
- [7] <http://ประชาคมอาเซียน.net>
- [8] <http://www.thai-aec.com>
- [9] <http://sportasean2012.blogspot.com>
- [10] <http://www.sdm.dmr.go.th>
- [11] <http://www.innnews.co.th>
- [12] <http://travel.mthai.com/world-travel/51789.html>
- [13] <http://www.kapook.com>
- [14] <http://www.thaifranchisecenter.com/AEC/language.php>
- [15] <http://www.baanjomyut.com>
- [16] <http://www.asean.org>
- [17] <http://www.mfa.go.th/asean>
- [18] <http://www.muaythai2000.com>
- [19] <http://www.dinotopia.com>
- [20] Dinotopia series by James Gurney ISBN 0-7513-7023-1
- [21] <http://www.ftipc.or.th>
- [22] <http://www.monocle.com>



1. รายละเอียดข้อมูลต่างประเทศ ในการพยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว

วันพักเฉลี่ยรายประเทศ 2011- 2020				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4.78	3.89	3.51	3.01
China	7.61	8.57	9.09	9.93
Japan	7.65	6.23	5.62	4.82
Russia	13.29	14.96	15.87	17.34
Korea	7.3	5.95	5.37	4.60
India	6.9	5.62	5.07	4.35
Laos	6.17	6.94	7.37	8.05
Australia	12.78	10.41	9.39	8.05
United_Kingdom	17.35	14.13	12.75	10.93
United_States	14.01	11.41	10.30	8.83
Singapore	5.39	4.39	3.96	3.40
Germany	17.09	13.92	12.56	10.77
France	16.37	13.33	12.03	10.32
Vietnam	6.04	6.80	7.21	7.88
Hong_Kong_SAR	5.95	4.85	4.37	3.75
Indonesia	5.98	4.87	4.40	3.77
Sweden	18.55	15.11	13.64	11.69
Philippines	7.8	6.35	5.73	4.92
Cambodia	7.84	8.82	9.36	10.23
Netherlands	15.71	12.80	11.55	9.90
Canada	16.31	13.28	11.99	10.28
Italy	15.56	12.67	11.44	9.81
Switzerland	16.11	13.12	11.84	10.15
Denmark	14.38	11.71	10.57	9.06
Finland	14.91	12.14	10.96	9.40
Norway	14.92	12.15	10.97	9.40
Israel	15.04	12.25	11.06	9.48
Myanmar	7.68	8.64	9.17	10.02
New_Zealand	12.63	10.29	9.28	7.96
Spain	14.03	11.43	10.31	8.84
Austria	14.75	12.01	10.84	9.30
Belgium	15.58	12.69	11.45	9.82
Pakistan	7.43	6.05	5.46	4.68
South_Africa	11.2	9.12	8.23	7.06
Bangladesh	6.68	5.44	4.91	4.21
Kuwait	9.63	7.84	7.08	6.07
Sri_Lanka	6.48	5.28	4.76	4.08
Nepal	8.15	6.64	5.99	5.14
Brazil	11.51	9.37	8.46	7.25
Egypt	8.4	6.84	6.17	5.29
Saudi_Arabia	9.41	7.66	6.92	5.93
Argentina	11.91	9.70	8.75	7.51
Brunei	5.8	4.72	4.26	3.66
เฉลี่ย	11.00	9.31	8.61	7.70

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันรายประเทศ (2011-2020)				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4180.24	4524.826	4707.629	4995.774
China	4470.78	4839.316	5034.824	5342.996
Japan	4472.44	4841.113	5036.694	5344.98
Russia	4296.53	4650.702	4838.591	5134.751
Korea	4670.19	5055.164	5259.392	5581.309
India	4932.55	5339.151	5554.852	5894.854
Laos	3109.55	3365.877	3501.858	3716.2
Australia	4853.81	5253.92	5466.178	5800.752
United_Kingdom	3714.86	4021.084	4183.536	4439.602
United_States	4457.17	4824.584	5019.497	5326.731
Singapore	4907.53	5312.068	5526.676	5864.953
Germany	3520.43	3810.627	3964.576	4207.24
France	3610.36	3907.97	4065.852	4314.714
Vietnam	4034.7	4367.289	4543.728	4821.84
Hong_Kong_SAR	4928.08	5334.312	5549.818	5889.512
Indonesia	4499.84	4870.772	5067.551	5377.725
Sweden	3619.9	3918.296	4076.595	4326.116
Philippines	4296.49	4650.659	4838.546	5134.703
Cambodia	3798.4	4111.51	4277.615	4539.44
Netherlands	3995.26	4324.598	4499.312	4774.706
Canada	4124.59	4464.589	4644.958	4929.267
Italy	3684.35	3988.059	4149.177	4403.139
Switzerland	3802.28	4115.71	4281.985	4544.077
Denmark	4233.5	4582.477	4767.609	5059.424
Finland	4068.7	4404.092	4582.017	4862.473
Norway	4052.2	4386.232	4563.435	4842.754
Israel	4023.82	4355.512	4531.475	4808.837
Myanmar	3935.37	4259.771	4431.866	4703.131
New_Zealand	4034.49	4367.062	4543.491	4821.589
Spain	3773.36	4084.406	4249.416	4509.514
Austria	3952.15	4277.934	4450.763	4723.185
Belgium	3633.12	3932.606	4091.483	4341.915
Pakistan	4112.65	4451.665	4631.512	4914.997
South_Africa	5003.27	5415.7	5634.495	5979.371
Bangladesh	4285.66	4638.936	4826.349	5121.76
Kuwait	4868.09	5269.377	5482.26	5817.818
Sri_Lanka	4629.48	5011.098	5213.546	5532.657
Nepal	3834.61	4150.705	4318.394	4582.714
Brazil	4448.45	4815.145	5009.677	5316.31
Egypt	4414	4777.856	4970.881	5275.139
Saudi_Arabia	5089.26	5508.779	5731.333	6082.137
Argentina	4290.19	4643.84	4831.451	5127.174
Brunei	4735.01	5125.327	5332.39	5658.775
เฉลี่ย	4218.55	4556.30	4750.77	5041.56

ผลพยากรณ์รายรับจากนักท่องเที่ยว				
กรณีฐาน (หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	49,585.67	58,332.14	64,805.15	75,563.45
China	99,702.85	165,634.19	231,876.53	381,033.56
Japan	45,461.87	46,731.89	47,543.50	48,795.06
Russia	79,030.29	116,133.64	151,519.33	227,767.18
Korea	38,622.85	47,633.26	54,344.18	65,524.20
India	33,502.74	51,852.41	69,295.35	107,336.52
Laos	19,170.87	34,967.00	50,743.13	86,053.14
Australia	55,937.10	60,932.47	64,304.45	69,545.56
United_Kingdom	54,345.90	61,636.11	68,120.90	81,967.64
United_States	46,435.94	48,518.20	49,706.62	51,320.68
Singapore	21,044.97	26,722.95	31,284.31	39,605.75
Germany	39,734.66	44,240.62	47,427.52	52,552.48
France	32,815.16	33,808.09	34,416.90	35,318.04
Vietnam	15,817.44	30,252.95	46,477.48	87,955.27
Hong_Kong_SAR	13,430.84	16,847.22	19,416.43	23,745.19
Indonesia	11,701.04	15,104.32	17,780.50	22,465.33
Sweden	22,810.40	26,378.88	28,816.12	32,610.22
Philippines	9,381.30	11,618.45	13,282.71	16,067.82
Cambodia	13,289.36	19,417.68	25,267.51	37,894.69
Netherlands	12,620.05	13,553.12	14,132.33	14,975.68
Canada	14,211.92	15,119.38	15,695.30	16,550.32
Italy	11,059.65	10,936.17	10,793.90	10,522.91
Switzerland	11,324.14	12,118.23	12,661.16	13,522.78
Denmark	9,858.38	10,042.88	10,122.12	10,197.48
Finland	8,738.14	9,507.60	9,992.49	10,695.70
Norway	8,659.92	8,747.05	8,759.45	8,733.93
Israel	7,575.63	8,795.53	9,681.43	11,118.36
New_Zealand	5,604.62	5,972.92	6,208.09	6,558.24
Spain	5,810.65	5,889.20	5,910.24	5,913.33
Austria	5,320.91	5,840.45	6,189.60	6,729.07
Belgium	5,185.95	5,484.11	5,677.97	5,969.64
Pakistan	2,131.81	3,047.10	3,846.72	5,426.75
South_Africa	4,099.39	4,832.61	5,379.49	6,297.00
Bangladesh	2,022.22	2,947.33	3,740.92	5,278.90
Kuwait	2,931.64	3,346.85	3,671.88	4,241.01
Sri_Lanka	2,131.87	2,907.03	3,515.17	4,577.91
Nepal	795.18	1,083.36	1,331.66	1,820.19
Brazil	1,488.83	1,776.48	1,996.58	2,373.04
Egypt	715.37	972.23	1,183.72	1,575.98
Saudi_Arabia	793.44	932.95	1,044.19	1,243.10
Argentina	880.77	749.92	843.73	983.91
Brunei	272.50	178.00	160.42	137.53
รวม	826,054.25	1,051,542.98	1,258,967.15	1,698,564.52

กรณีพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยว				
(หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	50,426.86	62,416.71	71,751.48	88,079.91
China	100,959.48	175,183.24	253,304.43	438,101.75
Japan	46,205.57	49,892.62	52,472.49	56,630.17
Russia	79,762.61	121,366.20	162,875.28	256,775.67
Korea	39,317.10	51,117.19	60,384.51	76,683.68
India	34,130.41	55,720.74	77,082.76	125,672.95
Laos	19,545.28	37,657.65	56,598.63	101,072.06
Australia	56,845.52	65,041.45	70,965.56	80,729.89
United_Kingdom	55,375.86	66,352.50	75,996.11	96,353.50
United_States	47,241.74	51,975.12	55,112.99	59,918.20
Singapore	21,424.26	28,679.93	34,763.17	46,348.29
Germany	40,441.60	47,458.03	52,679.70	61,488.03
France	33,314.78	35,956.07	37,786.39	40,710.77
Vietnam	16,084.98	32,375.93	51,478.63	102,596.44
Hong_Kong_SAR	13,674.28	18,086.50	21,584.21	27,801.91
Indonesia	11,890.71	16,130.67	19,643.17	26,129.47
Sweden	23,295.27	28,591.15	32,427.42	38,742.08
Philippines	9,556.15	12,491.41	14,792.22	18,850.65
Cambodia	13,407.11	20,264.02	27,110.87	42,627.46
Netherlands	12,855.79	14,581.34	15,759.13	17,610.21
Canada	14,453.96	16,179.55	17,377.92	19,288.64
Italy	11,240.89	11,675.44	11,910.63	12,205.44
Switzerland	11,508.91	12,937.80	13,975.43	15,700.20
Denmark	10,026.84	10,748.69	11,209.06	11,886.17
Finland	8,906.82	10,248.70	11,170.61	12,615.46
Norway	8,799.35	9,329.76	9,654.08	10,115.65
Israel	7,725.18	9,489.80	10,831.35	13,116.90
New_Zealand	5,623.29	6,323.46	6,810.56	7,587.44
Spain	5,052.62	5,482.31	5,747.57	6,129.10
Austria	6,709.95	7,450.16	7,992.54	8,897.11
Belgium	4,810.44	5,441.99	5,883.00	6,585.68
Pakistan	2,542.20	3,617.02	4,604.98	6,657.45
South_Africa	3,331.13	4,396.24	5,220.50	6,659.18
Bangladesh	2,489.90	3,563.30	4,537.14	6,529.18
Kuwait	2,077.36	2,733.45	3,252.89	4,180.58
Sri_Lanka	2,587.45	3,497.43	4,259.00	5,676.11
Nepal	926.44	1,275.48	1,589.69	2,235.67
Brazil	1,071.49	1,491.42	1,821.75	2,406.14
Egypt	910.98	1,211.03	1,473.52	1,989.22
Saudi_Arabia	831.25	1,026.05	1,185.88	1,481.37
Argentina	778.38	669.08	777.15	941.09
Brunei	272.50	180.93	164.39	142.67
รวม	838,432.70	1,120,307.55	1,386,018.80	1,965,949.53

2. ภาพการประชุมสัมมนา



การประชุมสัมมนา : ชัยภูมิ



การประชุมสัมมนา : มุกดาหาร



การประชุมสัมมนา : อุตรธานี



การประชุมสัมมนา : สุราษฎร์ธานี



การประชุมสัมมนา : แพร่



การประชุมและการเดินทาง : กรุงเทพฯแม่น้ำเจ้าพระยา

3. รายชื่อผู้มาร่วมการประชุมสัมมนา

รายชื่อผู้มาร่วมการประชุมสัมมนา : ชัยภูมิ

แบบฟอร์มชื่อและนามสกุลการประชุมสัมมนา

โครงการ "การประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการของบุคลากรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาระบบการให้บริการประชาชนและสังคม - บริการท้องถิ่น"

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	ผ.อ. ศรีธวัช กองสวัสดิการ	ผ.อ. กองสวัสดิการ		081-8550044
2	นางพนิดา วัฒนศิริ	ผ.อ. กองสวัสดิการ		0879633720
3	นางกนกพร อรรถนรินทร์	ผ.อ. กองสวัสดิการ		081-389-8892
4	นาย อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		086-248990
5	นางอานันท์ อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-9760441
6	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		08-7868-3223
7	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		
8	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		089-7946580
9	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		
10	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	forpravee.sandhaie@gmail.com	089-429160
11	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-718183
12	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	education.dh@hotmail.com	081-8768029
13	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-0753331
14	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-0678771
15	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		086-8735275
16	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		
17	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	bangkru-van@hotmail.com	081-8793107

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
18	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	Long gong	089-9179179
19	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	101@hotmail.com	
20	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	luk.letnimit@gmail.com	089-6691899
21	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	putimkase@hotmail.com	084-9022122
22	ผ.อ. อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	tanngun-12@hotmail.com	094-0509460
23	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	munlika.lee@hotmail.com	081-7181964
24	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	attaya-dae@hotmail.com	084-9125395
25	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	PAKKA@GMAIL.COM	081-5470609
26	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	Lek.taubet@gmail.com	081-5476429
27	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-8783397
28	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	sukamut-1@hotmail.com	
29	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		0818766059
30	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		086-8736275
31	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		
32	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-967-0990
33	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ	CHOSITAJA@hotmail.com	081-970901
34	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-5432923
35	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		081-5932923
36	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		0872517350
37	นาง อธิชา อธิชา	ร.อ. กองสวัสดิการ		086-259-3058

1	ผ.อ. ศิวาน กอละวดี	ทนายอรรถสิทธิ์	-	081-8550044
2	นายสุวิภา นิลโคตร	อ. นิลโคตร	-	0979679720
3	นางสาวกนกพร อภิรัตน์	นางสาวกนกพร	SIRIcheerun2010e	081-389-6892
4	นางสาว รุ่งเรือง	นางสาวรุ่งเรือง	hot-mail.com	086-2489110
5	นายอเนก วัฒน	นายอเนก วัฒน	-	081-9760441
6	นาย วรวิทย์ สิริภักดิ์	นายวรวิทย์ สิริภักดิ์	-	08-7868-3223
7	นาย วรวิทย์ (บุตรสาว)	นายวรวิทย์ (บุตรสาว)	-	-
8	นายสมชาย นอน	นายสมชาย นอน	-	089-7946580
9	นางสาว นงนิจ นอน	นางสาว นงนิจ นอน	kun-nongdream@hotmail.com	083-7602439
10	นางสาว นงนิจ นอน	นางสาว นงนิจ นอน	porapavee.souchnai@gmail.com	089-427971
11	อ.อ. รุ่งเรือง นอน	อ.อ. รุ่งเรือง นอน	M.ivanan@hotmail.com	081-7181583
12	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	educationcheerun@hotmail.com	081-8768029
13	อ. รุ่งเรือง นอน	อ. รุ่งเรือง นอน	pr.kea-cha@hotmail.com	081-0753331
14	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	-	081-0678771
15	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	-	086-8735275
16	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	-	-

รายชื่อผู้ร่วมการประชุมสัมมนา : มุกดาหาร

โครงการ "การประเมินต้นทุนผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับทัศนคติแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก

- บริการท่องเที่ยว "

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
2	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
3	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
4	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
5	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
6	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
7	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
8	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
9	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
10	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
11	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
12	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
13	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
14	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
15	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044
16	นางสาว รุ่งเรือง นอน	นางสาว รุ่งเรือง นอน	081-5490044	081-5490044

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
17	ร.อ.หญิง น.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		099-619144
18	ดร.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์	nkdachene@nch.go.th	042-611806
19	ดร.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		069550529
20	ดร.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		081-2798413
21	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		087-2199295
22	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		0424459122
23	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		040 4491226
24	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		04 94 342 639
25	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		
26	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		084-4746249
27	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		0872327251
28	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		
29	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		0211832654
30	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		
31	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		0883316349
32	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		090-4177779
33	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		083-1482640
34	นางสาวนงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์	Somchit721@gmail.com	

- 35 ร.อ.หญิง น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์ Kae.Khae11@gmail.com 094173456
- 36 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์ กลุ่มงานวิจัย กรมการแพทย์ 2.14.15.12
- 37 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์
- 38 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์
- 39 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์
- 40 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์

- 41 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์ กลุ่มงานวิจัย กรมการแพทย์ 081-0536804
- 42 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์ 088 3263225
- 43 น.นงนุช น.นงนุช กรมการแพทย์ 085-5973504

44	ดร.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์	mukcepr@gmail.com	080 54
45	ดร.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์	contana-ch7@hotmail.com	082
3				
4				

แบบฟอร์มลงทะเบียนการสัมมนา

โครงการ "การประเมินต้นทุนผลประโยชน์ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับอัตลักษณ์
ท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก - บริการท่องเที่ยว"

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางสาวณิชา นิลนพ	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	YAPANADH@hotmail.com	096 0078232
2	นางสาวณิชา นิลนพ (นางสาวณิชา นิลนพ)	อ.อ.อ.อ.	My_Maria_Pras@Hotmail.com	086652
3	นาย ชัยสิทธิ์ สีบุญเรือง	อ.อ.อ.อ.อ.		084770041
4	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	Shoopyza-ss@hotmail.com	099-215312
5	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		089-2744032
6	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		099-9567189
7	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	Tua_z@hotmail.com	019-7119193
8	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081-2609740
9	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		
10	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	NAKHA 007@hotmail.com	085-949291
11	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	A-Silk@hotmail.com	0822100200
12	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081 8719509
13	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	พริตตี้ นิลนพ	082-091171
14	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081-601-2467
15	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		098-7444117
16	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		095-0075930

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		088-76402559
2	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081 8726887
3	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		091-3906599
4	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	Chatchanaprasit@gmail.com	042-811005
5	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		089-8414593
6	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	redthaiwin@win.com	081-7116368
7	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	pruakawon@hotmail.com	093-7903162
8	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	msm-mad@hotmail.com	
9	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		094-3528892
10	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		087-17170216
11	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		085-0883033
12	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081-849271
13	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.	SIKA BROS	KAN_DEMAZTER@GMAIL.COM
14	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		089-7015018
15	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		08-711111
16	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		08-711111
17	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.อ.		081775771

แบบฟอร์มลงทะเบียนการสัมมนา					
โครงการ "การประเมินต้นทุนผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
เพื่อปรับองค์ลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก-บริการท่องเที่ยว"					
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค"					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ที่อยู่	E-mail	เบอร์โทรศัพท์
1	น.ส.ปัทมาพร ลิขนาม	สภ.จ.ระยอง	1/1 ม. 9 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ระยอง	Pdameds@gmail.com	090-394 3157
2	นางสาวพรทิพย์ ลิขนาม	-	1/1 ม. 9		0892705330
3	นางพรนภัส คุ้มคำ	-	158/1 ม. 1 ต.หนองบัว อ.เมือง จ.ขอนแก่น	Phomlee-5949@hotmail.com	0836365484
4	นายวิจิตร ลิขนาม	-	1/1 ม. 7 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		0893905030
5	นายสมชาย พงษ์สวัสดิ์	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		081-5974400
6	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	hsrdog@hotmail.com	081 697669
7	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	KK Sam 99@gmail.com	081-87538
8	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	viparut@yahoo.com	080 52899
9	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		
10	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		081-6254940
11	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	mitnraprinit@gmail.com	0816223300
12	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	Yasvapa-NR@hotmail.com	090-0603533
13	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	GH_005@hotmail.com	0894119729
14	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	anahung@hotmail.com	081-9497744
15	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	nat.wiponap@gmail.com	083-6389072
16	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	mod.love22@hotmail.com	0899304875
17	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		081-7886130
18	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	numphan_jeeds@hotmail.com	0830136661
19	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	Nutchary-Nutt@hotmail.com	082-8550561
20	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	Adun - murtan@hotmail.com	086-9445089
21	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		081-6074975
22	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		085 983/688
23	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		0812701867
24	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		081-3965088
25	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	tonalstour@hotmail.com	099-3392166
26	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		084 3619075
27	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	promchok-1@hotmail.com	081-8697431
28	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	manoth333@hotmail.com	080 5351143
29	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		090-0004362
30	นายวิจิตร ลิขนาม	สภ.จ.ขอนแก่น	103/145 ม. 3 ต.เมืองใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น		

4. ภาพการเดินทางของนักวิจัย

ลาว : เวียงจันทน์ หลวงพระบาง / พม่า : ย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ / เนปาล : กาฐมาณฑุ บิรคานาคา ดัมบูส โศคารา ปฏะปุระ / อินเดีย : สิกขิม ไจปุร์ เดลี



5. ภาพการสัมมนา ณ โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ กรุงเทพฯ วันที่ 25 กย. 2556

เป็นการจัดร่วมระหว่าง ผู้วิจัย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีแขกพิเศษร่วมพูดคุยสัมมนา ดังนี้

- 1) คุณ ปิยะมาน เตชะไพฑูริย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
- 2) คุณ รัฐิกร โลหะคุปต์ อดีตนายกสมาคมประมงจังหวัดตราด
- 3) คุณ ยวน เตียน รองผู้ว่าการท่องเที่ยวเกาะกง
- 4) คุณ อารียา ปราสาททองโอสถ ประธานที่ปรึกษาด้านการตลาด สายการบินบางกอกแอร์เวย์

อีกทั้งยังมีผู้ร่วมฟังการสัมมนา ที่มาจากกลุ่มองค์กรต่างๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีศักยภาพในหลายภาคส่วน สนใจเข้ามาร่วมการสัมมนาในครั้งนี้





รายนาม คณะผู้จัดทำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ลิ้มสกุล

ผู้อำนวยการโครงการวิจัย

ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558 ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย : การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค

คณะเศรษฐศาสตร์

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์

2. นายวิชชุ ภาวะสุทธิรักษ์

นักวิจัย : ครีเอทีฟ ออกแบบอัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์

3. น.ส. อรพิม วรโสพรรณ

ผู้ร่วมวิจัย : ครีเอทีฟ อาทไคเรเตอร์
Re-Branding design / Photographer /
Product designer / Illustrator /
Crafts handmade design

4. นาย ภาสกร ยุวรรณ

ดีไซน์เนอร์ ฝ่ายประสานงาน บริหารจัดการ

5. นาย นฤทร น้อยจินดา / นายเฉลา การค้า

ฝ่ายประสานงาน บริหารจัดการ

6. นายจักรพันธ์ สุวรรณพาณิชย์

ผู้แปลภาษาอังกฤษ

7. นายสรเสรีญ เทริญทอง

ศิลปิน Pixel art

webIIprint^{com}

โรงพิมพ์ : บริษัท เว็บทูพริ้นท์ จำกัด

425/11 หมู่บ้านพาร์คแกลเลอรี

ซอยงามวงศ์วาน 47 แยก 39-1

แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม. 10210

www.webIIprint.com / facebook.com/webIIprint

Tel: 084-325-2326