



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 1

ความเต็มแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
Authenticity in Mekong Ethnic Cultural Tourism

โดย นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชุสกุล

มีนาคม 2559

สัญญาเลขที่ RDG5750043

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 1

ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
Authenticity in Mekong Ethnic Cultural Tourism

คณะผู้วิจัย

นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ชุดโครงการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

สนับสนุนโดยคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก เครือข่ายองค์การบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) งบประมาณแผ่นดิน ปี 2557 และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ในโอกาสนี้ดิฉันขอพระขอบคุณอย่างสูงต่อหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านทั้งภาครัฐ เอกชนและชุมชนชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ที่ได้สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ และข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และขอขอบพระคุณ ดร.ดลฤทัย โกวรรณะกุล ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยที่ให้โอกาสร่วมทำงานวิจัยและความอนุเคราะห์ด้วยบรรยากาศการทำงานวิจัยที่อบอุ่นตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุดโครงการวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์บุญเดิม พันรอบ ที่ให้ความกรุณาแนะนำที่ดีในการทำงานด้านสังคมวิทยาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่ชัดเจนและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และรองศาสตราจารย์ ดร. ปฐฎา จันทร์บุญเรือง รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์และนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์แก่คณะผู้วิจัย

คุณค่าและประโยชน์อันใดที่บังเกิดขึ้นจากการวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบให้เป็นคุณความดีแด่ผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ยั่งยืนต่อไป

นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
มีนาคม 2559

บทสรุปผู้บริหาร

ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยในแถบลุ่มน้ำโขง ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและพิธีกรรมต่าง ๆ จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ต่างดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและสัมผัสกับท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน โดยมีรากฐานจากการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จึงเป็นการเยี่ยมชมความโดดเด่นที่แตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและรับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ในบริบทสังคมปัจจุบัน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มีการดัดแปลงปรับปรุง เพิ่มสีสันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จนกระทั่งเป็นการสมมติและแต่งแต้มขึ้นมาแหล่งท่องเที่ยวต่างพยายามผลิตและอธิบายความหมายที่ต่างกันไปและเกิดความพยายามสร้างกิจกรรมอื่น ๆ ผสมผสานเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว บางครั้งเป็นการลดทอนคุณค่าและความหมายของอัตลักษณ์นั้น ๆ ลงกลายเป็นปัญหาที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความเดิมแท้จึงมีความสำคัญต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะ วิถีปฏิบัติและจารีตของท้องถิ่น ทั้งยังเป็นการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของชนกลุ่มน้อยจนบางครั้งถูกสังคมมองว่าเป็น “คนแปลก” หรือ “คนอื่น” ให้กลายเป็น “คนของสังคม” ที่สามารถปรับตัวให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ทัดเทียมกับคนในสังคมใหญ่ได้อย่างยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 2) ศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 3) ศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และ 4) สร้างต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพจากชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ที่อาศัยในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง ได้แก่ ไทยดำ (ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย) ไทยพวน (ตำบลบ้านหม้อ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดหนองคาย) แสก (ตำบลอาจสามารถ อำเภอมือง จังหวัดนครพนม) ไทยกะเลิง (ตำบลโนนก่อ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม) ไทยข่า (ตำบลอู่หมื่น อำเภอนครหลวง จังหวัดนครพนม) ไทยญ้อ (ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม) ไทยโส (ตำบลโพธิ์จาน อำเภอโพธิ์สวรค์ จังหวัดนครพนม) และภูไท (ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์และภาครัฐ และนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยสถิติขั้นพื้นฐานและการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) ซึ่งเป็นเทคนิคในการช่วยตัดสินใจเลือกองค์ประกอบที่มีความสำคัญ และข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษาแบ่งตามกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ดังนี้ ทั้งนี้ การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ปรับจากบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอันอยู่บนฐาน 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม เพื่อใช้เรียกแทนเกณฑ์ด้านจิตวิญญาณและความรู้สึกของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในอดีตกับสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันที่มีระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์จากความคิดเห็นของชุมชน ประกอบกับความสำคัญและการรับรู้ประสบการณ์ด้านความแท้จริงจากนักท่องเที่ยวทั้งหมด 8 ชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

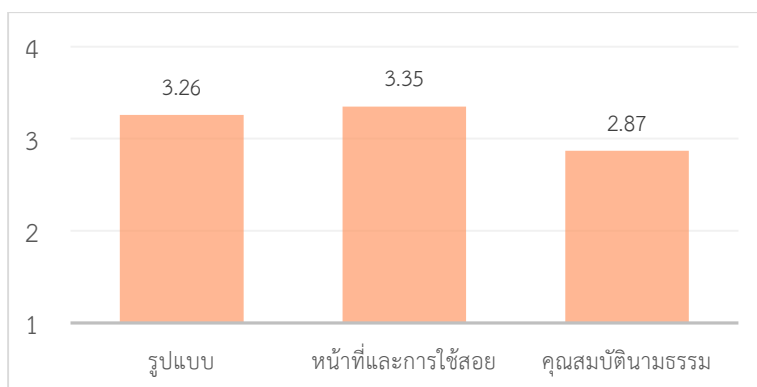
1. ไทดำ

1.1 อัตลักษณ์ไทดำ

ในปี พ.ศ. 2535 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทดำ ตั้งแต่อดีตไทดำยังคงมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ยังคงทำไร่ ทำนาเรื่อยมา ต่อมาได้ทำไร่ข้าวโพดและถั่วเหลืองเพิ่มขึ้น บ้านเรือนไทดำมีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้นที่เปลี่ยนแปลงจากบ้านสองชั้น พื้นสูง มีใต้ถุนบ้าน ชุมชนใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนของไทดำ ซึ่งเป็นภาษาเฉพาะชาติพันธุ์เหมือนเช่นในอดีตแต่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษากลางติดต่อกับบุคคลภายนอก การแต่งกายของชุมชนได้เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวังงานประเพณีผู้เฒ่าผู้แก่ยังคงแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน การแขปางถูกนำมาเป็นการแสดงของชาติพันธุ์ที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความสามารถต่อหมอมดประจำหมู่บ้านมาเป็นการแสดงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ความเดิมแท้จึงเปลี่ยนแปลงไป ส่วนความเชื่อเรื่องแถมนั้นเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้าแต่ความเชื่อเรื่องผีเรือน ไทดำยังคงปฏิบัติเหมือนเดิมแต่อนุญาตให้คนอื่นเข้าไปห้องกะล่อหองได้ในวันปี๊ดตังใหญ่ และยังคงปฏิบัติพิธีแปงขวัญอย่างต่อเนื่อง งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้า ต้มนาก ต้มหนุ ยังคงสืบทอดเพื่อประยุกต์เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว ไทดำยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความสำคัญกับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม แต่มีความเข้มข้นน้อยลง เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ความเชื่อเหล่านี้จางหายไป

1.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทดำ

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 1 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบมากที่สุด เนื่องจากความทันสมัยและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แต่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรม มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าไทดำมีความผูกพันในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันและตระหนักถึงคุณค่าและความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ที่กระทบต่อความรู้สึกและจิตวิญญาณแห่งชาติพันธุ์



ภาพที่ 1 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทดำ

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทดำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยจัดลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 1

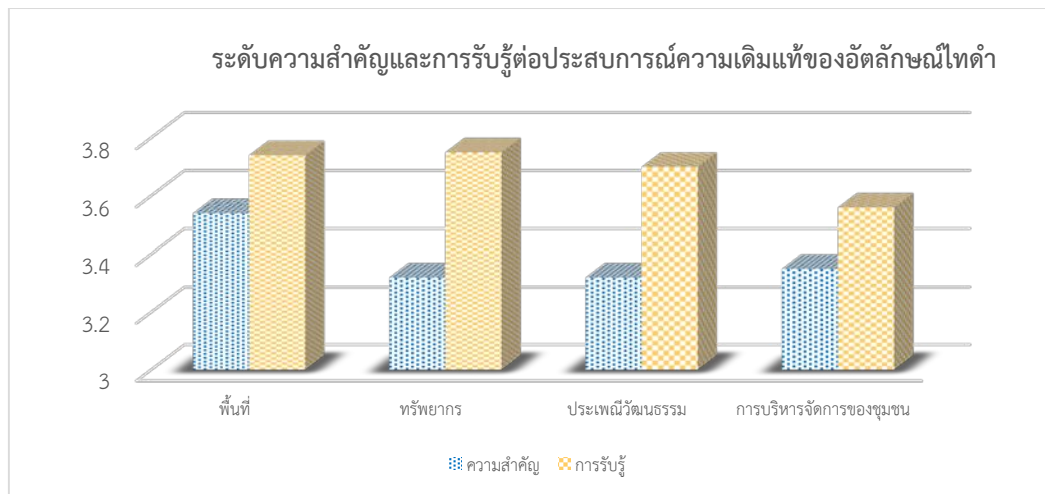
ตารางที่ 1 อัตลักษณ์ไทดำที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 ลักษณะบ้านเรือน	ชุมชนได้อนุรักษ์และจำลองแบบบ้านไทดำ เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ โดยจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ในหมู่บ้าน
2	 ภาษาไทดำ	ไทดำมีภาษาพูดและภาษาเขียนเฉพาะชาติพันธุ์ เป็นภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของชาวไทดำตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
3	 การแต่งกายไทดำ	ชุมชนได้อนุรักษ์และฟื้นฟูร่วมกัน แต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ โดยเฉพาะวันงานประเพณีและต้อนรับการท่องเที่ยว

1.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทดำ

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทดำ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมของพื้นที่ชุมชนสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน (พื้นที่) เนื่องจากเรื่องราวการอพยพของไทดำมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานอยู่หลายครั้งจนเกิดความทุกข์ยากดังเพลง "ไทดำรำพัน" นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ของพื้นที่ได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ ดังภาพที่ 2

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทดำเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสถานศึกษา ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวตื้นนกกุ่มหนู คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน



ภาพที่ 2 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์เดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทดำ

2. ไทพวน

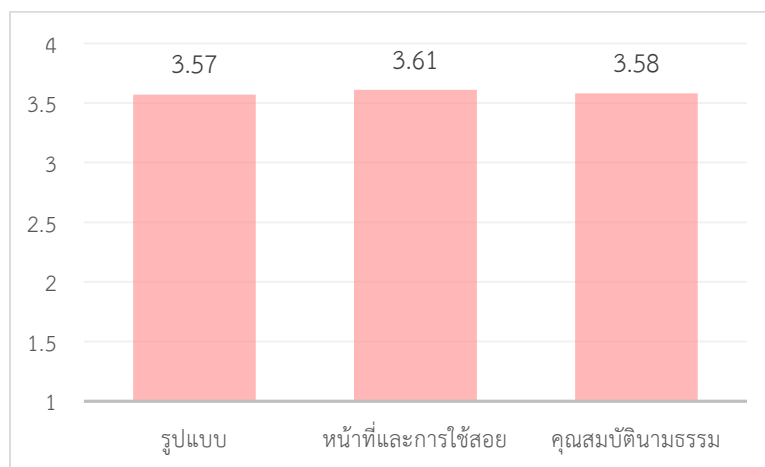
2.1 อัตลักษณ์ไทพวน

ในปี พ.ศ. 2545 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทพวน ตั้งแต่อดีต ไทพวนยังคงตั้งถิ่นฐานติดกับแม่น้ำโขงเรื่อยมา ในอดีตไทพวนมีอาชีพทำนา หาปลา ทำสวนริมฝั่งโขง ทำสวนยาสูบ สับปะรด ปลูกพืชผักสวนครัวที่ฝังตรงข้าม (ประเทศลาวในปัจจุบัน) แต่ในปัจจุบัน ไทพวนพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติน้อยลง เนื่องจากไทพวนประกอบอาชีพอื่น บ้านเรือนไทพวน เปลี่ยนเป็นแบบบ้านสมัยใหม่ ใช้ภาษาไทพวนติดต่อสื่อสารกันโดย หากติดต่อกับบุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทย การแต่งกายของไทพวนเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก สำหรับคนเฒ่าคนแก่จะแต่งกายแบบ ไทพวนอยู่บ้างแต่ไม่เต็มรูปแบบ เช่น นุ่งผ้าถุงที่ทำมาจากฝ้ายที่ทอเอง แต่สวมเสื้อทำจากใยสังเคราะห์ คนในชุมชนจะแต่งชุดประจำชาติพันธุ์ในวันงานประเพณี เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ปลาในแม่น้ำโขง นำอาหารใส่พริกขี้หนูเจียวเค็มเช่นอดีต มีศิลปะการแสดงหมอลำไทพวนจัดขึ้นตามงานประเพณี เทศกาลและต้อนรับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชม ความเชื่อและพิธีกรรมแสดงถึงความเคารพและศรัทธาต่อแม่น้ำอ้วย ยังคงมีดังเช่นในอดีต แต่อาจมีองค์ประกอบในการทำพิธีกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสม งานช่างฝีมือดั้งเดิม เช่น จักสาน ทอเสื่อ ทอผ้า เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมากเนื่องจากไทพวนสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป เหลือเพียงการทอเสื่อที่จะทำเฉพาะช่วงเวลาที่มัตันฝือและทำเป็นบางบ้านเท่านั้น นอกจากนี้ไทพวนยังให้ความเคารพผู้อาวุโสและผู้นำทางพิธีกรรมเหมือนเช่นในอดีต

2.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทพวน

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 3 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านหน้าที่มากที่สุด โดยเฉพาะ การเปลี่ยนแปลงบทบาทของการเลี้ยงชีพจากแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ แม่น้ำโขง รวมถึงการทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะชาติพันธุ์และเครื่องจักสานเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินได้ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากผลกระทบจากความเป็นสมัยใหม่และความเจริญของสังคมเข้ามา แทนที่ความดั้งเดิมของอัตลักษณ์ ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านรูปแบบของอัตลักษณ์มีการ

เปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด โดยเฉพาะชาวไทพวนยังยึดแนวปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่ และ หอแม่นางอ้าวเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ไทพวนบูชากราบไหว้ เพื่อบนบานขอพรและเป็นที่พึ่งทางจิตใจที่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมจากอดีตไว้มากที่สุด



ภาพที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทพวน

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทพวนมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2

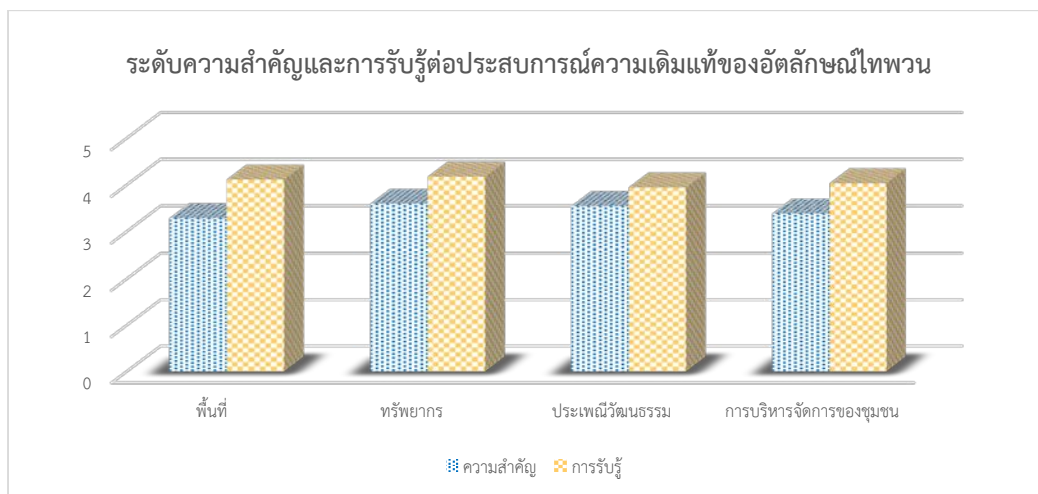
ตารางที่ 2 อัตลักษณ์ไทพวนที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 การแต่งกายไทพวน	ชุมชนได้อนุรักษ์และจำลองแบบบ้านไทดำ เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ โดยจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ในหมู่บ้าน
2	 ภาษาไทพวน	ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของชาวไทพวนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน "ภาษาไทพวน เป็นภาษาที่มีสำเนียงไพเราะ รุนปู้ รุนทวด มักเฝ้าให้ฟังเสียงม่วน ม่วน" (สัมภาษณ์: 2557)
3	 ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	วิถีชีวิตของไทพวนผูกพันกับพระพุทธศาสนา จึงยึดแนวปฏิบัติตามจารีตประเพณี พระพุทธศาสนาอย่างต่อเนื่อง

2.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทพวน

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ โดยเฉพาะการแต่งกาย (ทรีพยากร) เป็นสิ่งที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ แต่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้น้อยกว่าระดับความสำคัญที่คาดหวังไว้ และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการของชุมชนน้อยที่สุด เนื่องจากการบริหารจัดการของชุมชนเป็นกิจกรรมภายในชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีโอกาสปฏิสัมพันธ์หรือเข้าถึงชุมชนน้อยกว่ากิจกรรมท่องเที่ยวทั้งด้านพื้นที่ทรีพยากรและประเพณีวัฒนธรรม ดังภาพที่ 4

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทพวนเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อนร่วมงาน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชมอาหารพื้นถิ่น คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ



ภาพที่ 4 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทพวน

3. ไทแสก

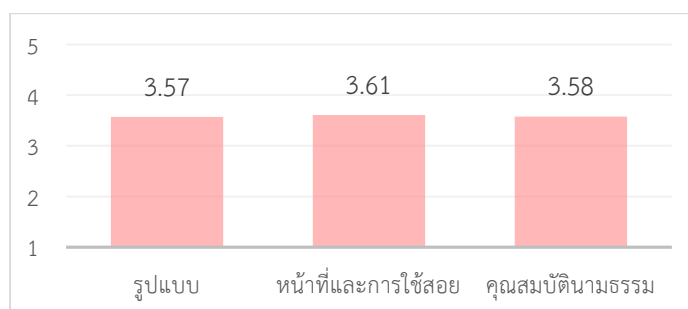
3.1 อัตลักษณ์ไทแสก

ในปี พ.ศ. 2553 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทแสก ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลง สร้างขึ้นใหม่และสร้างซ้ำได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ไทแสกยังคงตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงและมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต แต่ในปัจจุบันไทแสกใช้ประโยชน์และพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติน้อยลงเพราะหันไปประกอบอาชีพอื่นที่สร้างรายได้สูงกว่าเดิม ลักษณะบ้านเรือนไทแสกมีรูปแบบบ้านตามสมัยใหม่มากขึ้น ซึ่งผิดแปลกไปจากเดิมที่เคยยกพื้นสูง ทำด้วยไม้ไผ่ เสาไม้ไผ่ ฝาขัดแตะ มีใต้ถุนสำหรับนั่งเล่นและเลี้ยงสัตว์ ภาษาไทแสกใช้ในการสื่อสารพูดคุยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยเท่านั้น แต่ปัจจุบันเยาวชนรุ่นใหม่ใช้ภาษาไทยกลางมากขึ้น ทำให้ภาษาไทแสกเริ่มจางหาย การแต่งกายแต่เดิมนั้นเป็นเสื้อหม้อห้อม สีดำ กางเกงขาก๊วย

ที่นำมาจากเวียดนาม แต่ปัจจุบันไทแสกจะแต่งกายตามสมัยนิยมในชีวิตประจำวันและแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ไทแสก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เรียกได้ว่าอัตลักษณ์การแต่งกายได้เปลี่ยนแปลงจากในอดีตอย่างมาก นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของไทแสกเป็นอาหารที่ทำจากปลา นึ่งทานกับพื้น เน้นประหยัด ศิลปะการแสดงแสงแต้นสาก ในอดีตเป็นการรำถวายบวงสรวงต่อองค์มูเท่านั้น แต่ปัจจุบันนำมาเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทแสกในเหตุการณ์พิเศษของทางจังหวัด ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ตั้งแต่อดีตในวันขึ้น 15 ค่ำ มีการทรงผีเป็นประจำแต่ในปัจจุบันได้สูญหายไปแล้ว เนื่องจากไม่มีใครสืบทอด ส่วนงานบวงสรวงองค์มูยังคงปฏิบัติเช่นเดิมทุกปี ไทแสกยังหลงเหลือการจักสานซึ่งเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิมอยู่บ้างและเคารพศาลองค์มูเสมือนเป็นศาลหลักบ้านที่มีความศักดิ์สิทธิ์ที่ไทแสกให้ความเคารพนับถือเหมือนในอดีตไม่เสื่อมคลาย และยังให้ความเคารพผู้อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต

3.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทแสก

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 5 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของลักษณะเฉพาะของเรือนไทแสกและการสื่อสารด้วยภาษาไทแสกในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันไปจากอดีต เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ตั้งอยู่ติดกับเขตอำเภอเมือง มีความเจริญทั้งทางเทคโนโลยีและวัตถุ ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนรูปแบบไปบ้าง ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรมของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด โดยเฉพาะองค์มู ซึ่งไทแสกให้ความเคารพนับถืออย่างแรงกล้าและเป็นที่พึ่งทางจิตใจที่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้มากที่สุด



ภาพที่ 5 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทแสก

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทแสกมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 อัตลักษณ์ไทแสกที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต

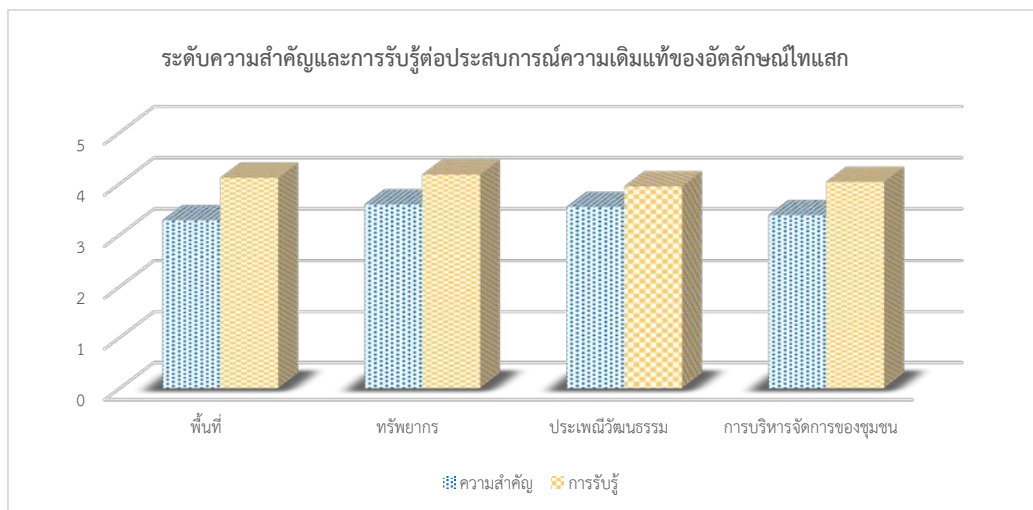
ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
2	 แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ริมแม่น้ำโขง)	ไทแสกพึ่งพิงธรรมชาติในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการประมง หาปลา ปลุกผักบนที่ดินที่ติดริมแม่น้ำโขง
3	 จักสาน	การจักสาน เช่น มอญ (อวน) กุบ ช้อง ไช ไร่ ใช้ในครัวเรือน ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ แต่ได้ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และสังคม

3.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทแสก

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ โดยเฉพาะการแต่งกาย (ทรัพยากร) เป็นสิ่งที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ และนักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน แต่ระดับการรับรู้ความเดิมแท้น้อยกว่าระดับความสำคัญที่คาดหวังไว้ ดังภาพที่ 6

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทแสกเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชมบรรยากาศริมโขง คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน



ภาพที่ 6 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทแสก

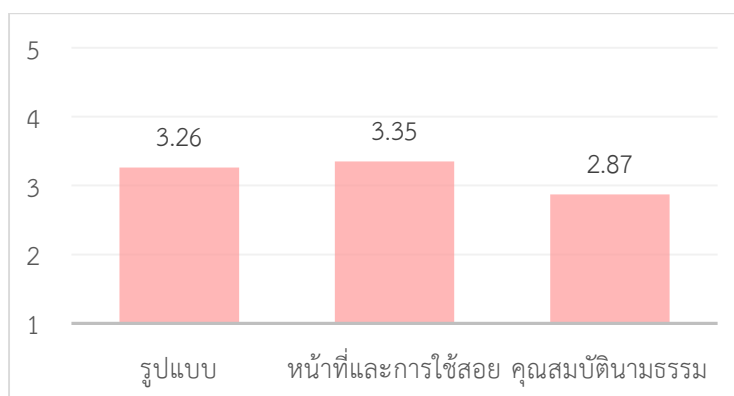
4. ไทกะเลิง

4.1 อัตลักษณ์ไทกะเลิง

ในปี พ.ศ. 2553 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทกะเลิง แต่ไทกะเลิงยังคงมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน มีวิถีชีวิต ทำนา จับปลา หาเห็ด ทำบริโภคเองในครัวเรือนเหมือนในอดีตและทำเพื่อจัดจำหน่ายในชุมชนเพิ่มเติมในปัจจุบัน ไทกะเลิงนิยมปลูกเรือนเป็นหลังเดี่ยว ยกพื้นสูง วัสดุหาได้จากท้องถิ่น เสาทำจากไม้เนื้อแข็ง แต่ในปัจจุบันชุมชนได้ประยุกต์บ้านเดิมตามสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิง ผสมผสานกับภาษาไทยกลาง หากติดต่อกับคนภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง การแต่งกายเป็นไปตามสมัยนิยม แต่ไทกะเลิงจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ในช่วงเหตุการณ์พิเศษ ต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักเรียนจะแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ทุกวันพฤหัสบดี ไทกะเลิงยังมีวัฒนธรรมการกินที่คล้ายกับอดีต เช่น ไข่มดแดงผักหวาน หว้าย จิหล่อ จินาย ศิลปะการแสดง เช่น การแสดงกลองตุ้ม การร้องสารถีญะ หมอลำย้อนยุค มีวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนไปแต่ยังคงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และถูกนำมาจัดแสดงเพื่อการท่องเที่ยว พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องผียังหลงเหลืออยู่บ้าง ปัจจุบันไทกะเลิงนับถือพระพุทธศาสนาเป็นหลักพร้อมกับนับถือผี จึงมีแนวปฏิบัติตามหลักพระพุทธศาสนา คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ปัจจุบันยังมีทอผ้า สานตะกร้า เครื่องใช้ต่าง ๆ ทำใช้เองในครัวเรือนและจำหน่ายซึ่งเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิม และไทกะเลิงยังให้ความสำคัญกับผู้อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต

4.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทกะเลิง

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 7 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทกะเลิงในวันงานประเพณีท้องถิ่น ชุมชนแต่งกายตามสมัยใหม่ ซึ่งเป็นไปตามกระแสความทันสมัยในสังคม ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรมของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ทั้งนี้ ไทกะเลิงยังมีความเชื่อในเรื่องผี ซึ่งแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษอย่างเหนียวแน่น



ภาพที่ 7 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทกะเลิง

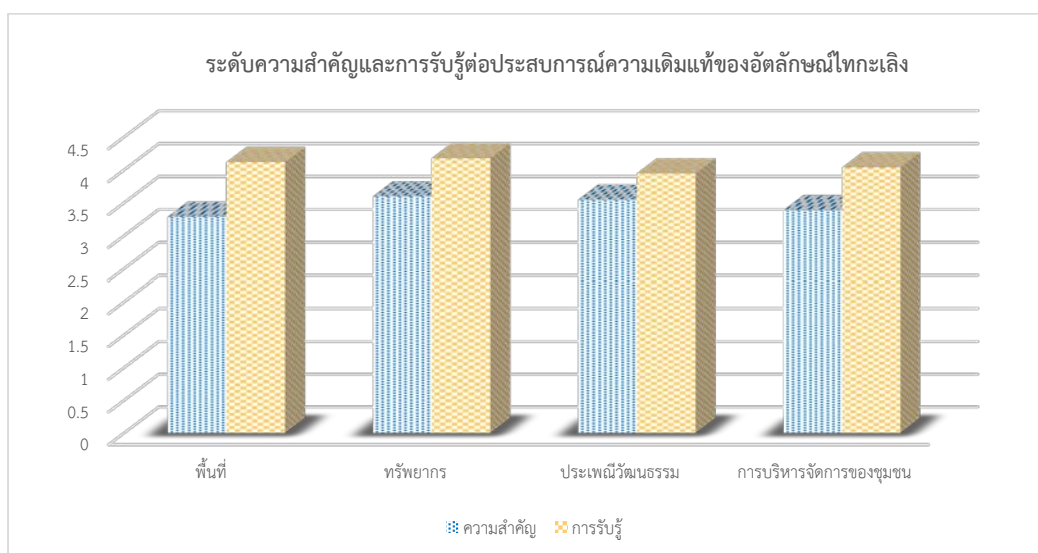
นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทกะเลิงมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อัตลักษณ์ไทกะเลิงที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง)	เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ มีเกาะกลางน้ำชุมชนใช้เป็นแหล่งทำมาหากิจตั้งแต่อดีต เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญของชุมชน จึงร่วมใจรักษาความสะอาดบริเวณรอบหนองน้ำ
2	 ทอผ้า จักสาน	งานฝีมือดั้งเดิม การทอผ้าจ้อง (ผ้าลายขีด) สานตะกร้า เครื่องใช้ต่าง ๆ ทำเองใช้เองในครัวเรือนและจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ
3	 ภาษาไทกะเลิง	เป็นสิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ซึ่งชุมชนยินดีถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกพูดภาษาไทกะเลิง ทำให้ชุมชนภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง

4.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทกะเลิง

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมของชุมชน (พื้นที่) สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน และการแต่งกาย (ทรัพยากร) เป็นสิ่งที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ แต่ระดับการรับรู้ความเดิมแท้น้อยกว่าระดับความสำคัญที่คาดหวังไว้ ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์เดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทกะเลิง

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทกะเลิงเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวการแสดงกลองตุ้ม คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต

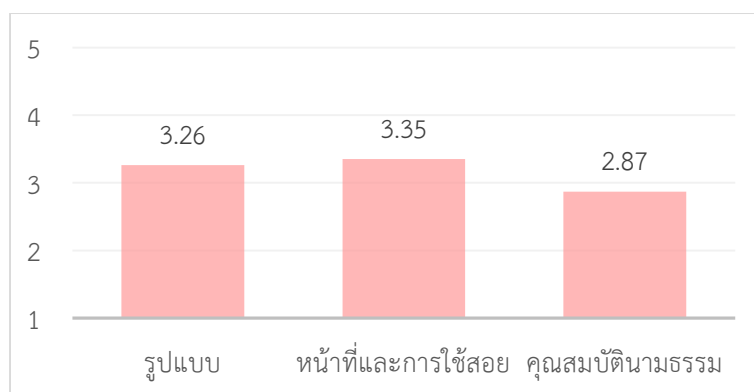
5. ไทซ่า

5.1 อัตลักษณ์ไทซ่า

ในปี พ.ศ. 2557 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทซ่า ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานและยังมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำและผืนป่า ในอดีตไทซ่าทำไร่ ทำสวนและดำรงชีวิตพึ่งพิงทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่ปัจจุบันพึ่งพิงธรรมชาติน้อยลงและเน้นทำสวนยางพารา บ้านเรือนไทซ่าในปัจจุบันมีการประยุกต์ต่อเติมไปแต่ยังคงเป็นเรือนยกสูงไว้ มีชานและครัวอยู่นอกบ้าน มีเรือนเหยาแต่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้ ส่วนใหญ่ไทซ่าติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันและใช้ภาษาไทยกลางสื่อสารกับกับคนนอกพื้นที่ การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณียังคงแต่งกายด้วยชุดที่ทำจากผ้ามัดหมี่ผสมผสานกับเสื้อผ้าสมัยใหม่ และนิยมสืบทอดเมื่อใส่ไปวัด แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายแบบไทซ่าเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ไทซ่ายังคงบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติเรียบง่ายแถมเช่นอดีต แต่ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม เช่น ปะลองแคนเกี้ยวกะมูล (รำฟ้อนเกี้ยวสาว) พิธีเหยาที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพประยุกต์เป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ความเชื่อเกี่ยวกับการบูชาผีเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยได้ผลเร็วจึงไม่จำเป็นต้องใช้พิธีเหยาแต่ยังคงสืบทอดอยู่เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ งานช่างฝีมือยังคงทอดผ้าไว้ในครัวเรือนและในปัจจุบันมีการทอเสื้อ ทอผ้า จักสาน เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาเยือน ไทซ่ายังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ หมอสูตรขวัญ และมีดอนปู่ตาซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพบูชาของชาวไทซ่า

5.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทซ่า

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 9 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติน้อยลงและลักษณะเฉพาะของเรือนไทซ่าถูกปรับเปลี่ยนจากเรือนยกสูง ใต้ถุนเป็นพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ เป็นเรือนที่ผสมผสานกับสมัยใหม่ ซึ่งเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและกระแสความทันสมัยในสังคม ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรมของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ทั้งนี้ ไทซ่ายังมีความเชื่อในเรื่องผี ซึ่งแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษอย่างเหนียวแน่นและมีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับพิธีกรรมบูชาเคารพผีตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน



ภาพที่ 9 ระดับการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของอัตลักษณ์ไผ่

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไผ่มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 อัตลักษณ์ไผ่ที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

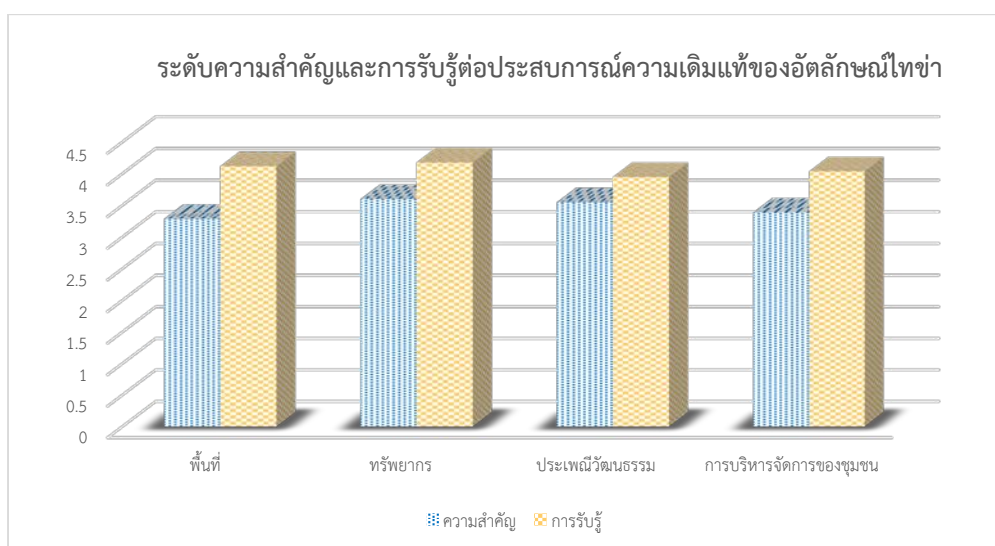
ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ชุมชนตั้งอยู่ที่ราบลุ่มดอน เป็นลูกคลื่น ไกล่ฝายน้ำล้นที่ห้วยโชนดไหลผ่าน มีท้องทุ่งที่ปลูกพืชผัก ปลูกดอกไม้
2	 สวนดอกไม้	ดอกดาวกระจายชันเวียร์ หรือ ดอกคอสมอส สีชมพูอมขาว เต็มท้องทุ่ง ใกล้กับหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายรูปสวยงามได้
3	 ทอผ้า จักสาน	งานช่างฝีมือที่อาศัยภูมิปัญญา เป็นสิ่งที่ชุมชนภูมิใจและต้องการอนุรักษ์อัตลักษณ์ความดั้งเดิมของตนเองไว้ เป็นของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาเยือน และใช้ในบ้าน

5.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไผ่

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไผ่ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมของชุมชน (พื้นที่) สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนที่แสดงถึงความเดิมแท้ของการอพยพย้ายถิ่นของชาติพันธุ์ ประกอบกับอัตลักษณ์ไผ่เพิ่งได้เปิดเผยตัวตนสู่สายตานักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญของพื้นที่ชุมชนสูง ซึ่งนักท่องเที่ยวยัง

รับรู้ความเดิมแท้สูงกว่าที่คาดหวังไว้ และในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวยังรับรู้ความเดิมแท้ของ ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของไท่ดำด้วย โดยเฉพาะความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของ ไท่ดำเองและการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายและเป็นกันเอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองและได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

ในส่วนของผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไท่ดำเป็น ครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก สถานศึกษาและอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกล จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่นและพิธีเหยา คุณค่าของการท่องเที่ยว เป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน



ภาพที่ 8 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์เดิมแท้ของอัตลักษณ์ไท่ดำ

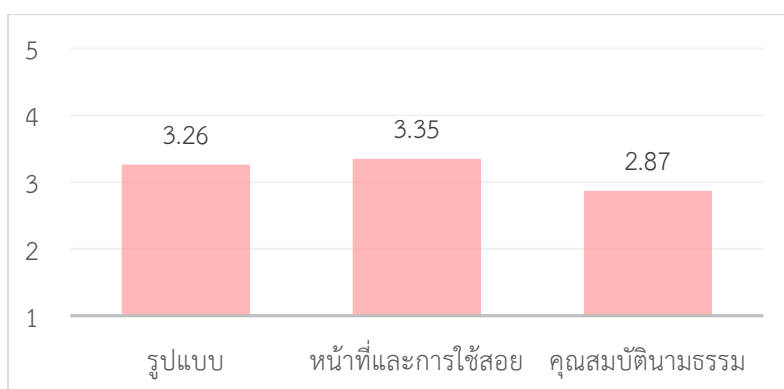
6. ไท่ญ้อ

ในปี พ.ศ. 2545 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไท่ญ้อ นับเป็นช่วงเวลา ที่อัตลักษณ์เกิดและเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากอัตลักษณ์มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและรวมกลุ่มที่มี ความเชื่อและค่านิยมเดียวกัน ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ น้อยลงและหันมาให้ความสำคัญกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ เปลี่ยนแปลงการขนส่งทางน้ำเป็นทางบก ในอดีตนั้น ลักษณะบ้านเรือนพื้นถิ่นของไท่ญ้อจะยกใต้ถุน สูงแต่ในปัจจุบันเป็นบ้านสมัยใหม่เข้ามาแทนที่ การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มชาติพันธุ์ใช้ภาษาไท่ญ้อ หากติดต่อกับบุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทยเป็นสื่อกลาง การแต่งกายเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอกจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณียังแต่งกาย แบบดั้งเดิมอยู่บ้างแต่เป็นการผูกผ้าขาวม้าในงานต่าง ๆ ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับ นักท่องเที่ยว ชุมชนแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนยังคง บริโภคอาหารพื้นบ้านที่เรียบง่าย ศิลปะการแสดงมีการรำไท่ญ้อซึ่งเป็นการแสดงหนึ่งในชุดรำบูชา พระธาตุพนมที่ปรับเปลี่ยนบทบาทจากอดีตที่เป็นการรำเพื่อบูชาพระธาตุพนมและในปัจจุบันเป็นการ

ร้านค้ารับนักท่องเที่ยวด้วย งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ามัดหมี่ยังทำเฉพาะบางบ้านเท่านั้น ส่วนการทำเครื่องปั้นดินเผา ยังคงสืบทอดจากบรรพบุรุษจนกลายเป็นสินค้า OTOP ของหมู่บ้าน ไทญ้อยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและมีศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ัง พระธาตุท่าอุเทนและ องค์พระบาง เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน

6.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทญ้อ

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 11 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านหน้าที่และการใช้สอยมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงบ้านเรือนไทญ้อ จากเดิมที่มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์แต่ปัจจุบัน ปรับไปตามรูปแบบบ้านที่ทันสมัยมากขึ้นและผสมผสานกับบ้านไทอีสานตามสภาพแวดล้อมของชุมชน ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรมของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ทั้งนี้ ภาษาไทญ้อเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันและการเหนี่ยวนำเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเคารพต่อ พระพุทธศาสนา แสดงถึงจิตวิญญาณของชาติพันธุ์ที่เป็นสำนึกร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน โยงยึดให้เกิดความผูกพันระหว่างชาติพันธุ์



ภาพที่ 11 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทญ้อ

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทญ้อมาเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทาง วัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 อัตลักษณ์ไทญ้อที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 วิถีชีวิตตาม ธรรมชาติ	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต
2	 พระธาตุ ท่าอุเทน	พระธาตุสำคัญของไทญ้อ และชาวไทญ้อ แสดงความเคารพต่อพระพุทธศาสนา มี บทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต

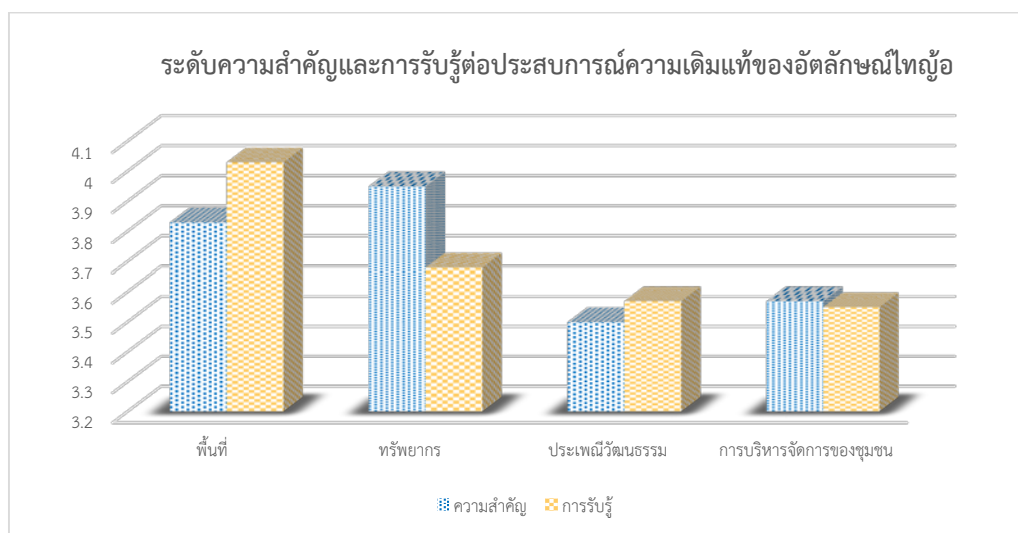
ตารางที่ 6 (ต่อ)

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
3	 รำไทญ้อ	การรำไทญ้อ เป็นการแสดงหนึ่งในชุดรำบูชา พระธาตุพนมและปรับเปลี่ยนทำรำเพื่อบูชา พระธาตุ มีทั้งหมด 9 ท่า มีความงดงาม

6.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทญ้อ

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ดังภาพที่ 12 โดยเฉพาะการแต่งกาย (ทรีพยากร) ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นชาติพันธุ์ที่ชัดเจน มีความแปลกและแตกต่างจากสังคมเมือง แต่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ และในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวยังรับรู้ความเดิมแท้ของประเพณีวัฒนธรรมของไทญ้อมากกว่าระดับความสำคัญ โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้ในประติษฐ์ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย เช่น การปั้นหม้อดินเผา และการแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้เนื่องจากการแสดงที่ถ่ายทอดทำร้ายรามากจากบรรพบุรุษและมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทของชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวยอมรับให้เป็นความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทญ้อเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ขึ้นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวการแห่ต้นจำปา คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน



ภาพที่ 12 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์เดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทญ้อ

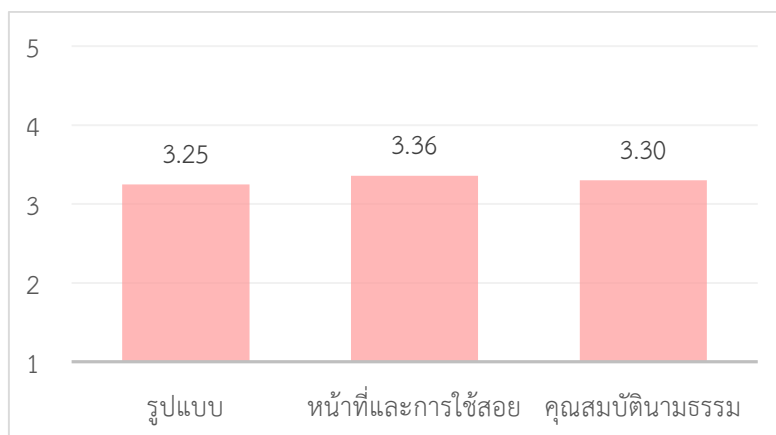
7. ไทลื้อ

7.1 อัตลักษณ์ไทลื้อ

ในปี พ.ศ. 2553 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนไทลื้อ ซึ่งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้เกิดวัฒนธรรมหรือการรับรู้ความหมายร่วมกัน ถูกกำหนดจากภายนอกผ่านการขัดเกลาทางสังคมและกระบวนการสร้างตัวตนภายในกลุ่มมากขึ้น ในอดีตไทลื้อเน้นการทำนาแต่ปัจจุบันหันมาทำสวนยางพารามากขึ้น เนื่องจากมีรายได้ดีกว่าการทำไร่ทำนา ลักษณะบ้านเรือนเฉพาะไทลื้อ ยังคงใช้พื้นที่ใต้ถุนบ้านสำหรับการทอผ้าเหมือนเช่นในอดีต ชุมชนพูดคุยด้วยภาษาไทลื้อลดน้อยลง การแต่งกายเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวังงานประเพณีจะนุ่งผ้าถุงที่ทอเอง สวมเสื้อสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนจะการแต่งกายของชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนยังคงบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม โดยเฉพาะการรำไล่ทั้งบั้งที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพต่อผีบรรพบุรุษมาเป็นการแสดงเพื่อการท่องเที่ยว การเหยาได้เปลี่ยนบทบาทไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยจึงไม่จำเป็นต้องมีการเหยาช่วย แต่ความเชื่อในการเลี้ยงผีปู่ตายังคงปฏิบัติเหมือนเดิม งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับผ้ามัดหมี่ การจักสาน ยังคงสืบทอดมาและนำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกของชุมชน การจักสานมีจำนวนน้อยลงและทำไว้ใช้เองเท่านั้น ด้านการบริหารของชุมชน ไทลื้อยังนับถือผู้อาวุโสและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ พ่อจ๋้า แม่แก้ว เณรเช่นในอดีต

7.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทลื้อ

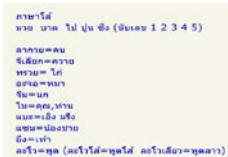
ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 13 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านคุณสมบัตินามธรรมมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงบ้านเรือนไทลื้อที่ได้ปรับเปลี่ยนจากที่มีใต้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์เป็นการทอผ้าใช้เองห่มเอง เพื่อสืบสานการทอผ้ามัดหมี่ที่มาจากบรรพบุรุษในเวลาว่างจากการทำไร่ทำสวน และยังจัดจำหน่ายเป็นบางครั้ง ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านรูปแบบของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ทั้งนี้ ไทลื้อยังคงทำเครื่องจักสานไว้ใช้เองเหมือนเช่นในอดีต ซึ่งเป็นการอนุรักษ์งานฝีมือและมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เป็นไปได้ยาก



ภาพที่ 13 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทลื้อ

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ไทโส้มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 7

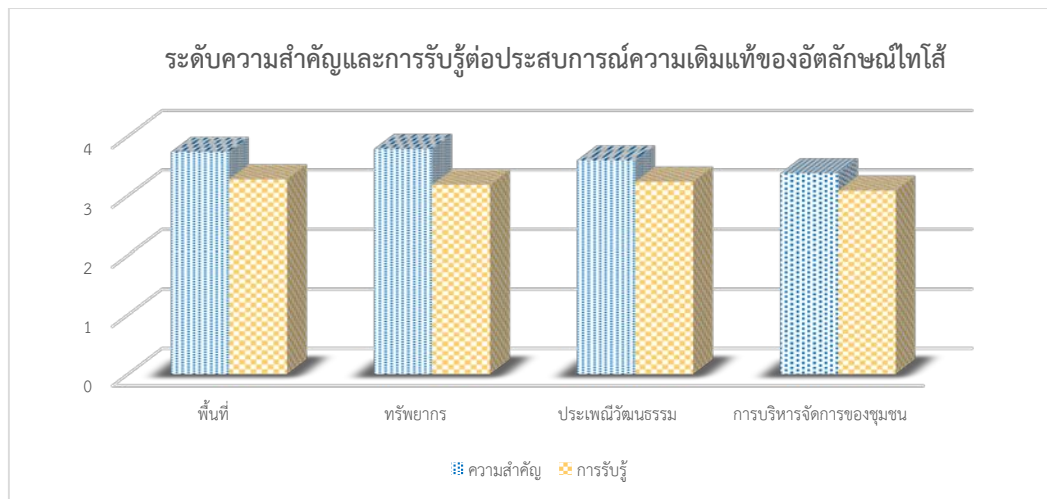
ตารางที่ 7 อัตลักษณ์ไทโส้ที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 อีตลีสบสอง คองลีสี่	ชุมชนให้ความสำคัญกับวัดวาอาราม เนื่องจากมีวัดเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา และเป็นศูนย์รวมของชุมชนตั้งแต่อดีต
2	 ทอผ้า	ผ้ามัดหมี่ เป็นการทำขึ้นมาใช้เองและจำหน่ายมากขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ของไทโส้
3	 ภาษาไทโส้	การติดต่อสื่อสารในกลุ่มชาติพันธุ์ด้วยภาษาไทโส้ ซึ่งไทโส้ยินดีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และฝึกพูดภาษาไทโส้

7.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทโส้

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ดังภาพที่ 14 โดยเฉพาะการแต่งกาย (ทรัพย์สินกร) ของชาติพันธุ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ได้เป็นอย่างดีเนื่องจากมีความแปลกและน่าสนใจของชุดที่แตกต่างจากการแต่งกายของสังคมเมือง แต่ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ยังไม่สามารถตอบโจทยนักท่องเที่ยวได้มากนัก รวมถึงการแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ เช่น การเหยา เนื่องจากจุดประสงค์ของการเหยาเป็นการรักษาอาการเจ็บป่วย นักท่องเที่ยวมองเพียงว่าเป็นการจัดฉากขึ้นมา ทำให้ระดับการรับรู้ความเดิมแท้น้อยกว่าระดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์อย่างแท้จริง

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทโส้เป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้านชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวทอผ้าและไล่ทั้งบั้ง คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน



ภาพที่ 14 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ไทโส

8. ภูเก็ต

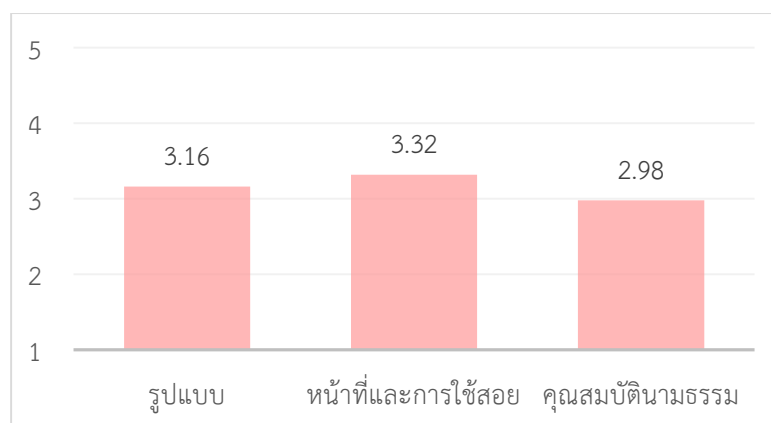
8.1 อัตลักษณ์ภูเก็ต

ในปี พ.ศ. 2549 เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในชุมชนภูเก็ต อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวและไม่หยุดนิ่ง การสืบทอดและผลิตอัตลักษณ์ใหม่ จึงเกิดขึ้นได้เสมอภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่พื้นที่หุบเขาเน้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ชุมชนมีความผูกพันกับธรรมชาติลดลงแต่ยังพึ่งพิงธรรมชาติในการดำเนินชีวิตและมีโบราณสถาน ภูมิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทารามและพระพุทธรูปเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาและเป็นศูนย์รวมของชุมชนตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน บ้านเรือนภูเก็ตมีรูปแบบบ้านสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงจากบ้านเรือนแบบทรงสูง 2 ชั้น ชุมชนติดต่อสื่อสารสนทนาโดยใช้ภาษาภูเก็ตเฉพาะกลุ่มติดต่อกับบุคคลภายนอกด้วยภาษาไทย การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณีจะแต่งกายด้วยชุดภูเก็ตประยุกต์กับเสื้อผ้าสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตัวตน นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารตามฤดูกาล ศิลปะการแสดงฟ้อนภูเก็ตใช้ในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองเหมือนเช่นอดีต ความเชื่อเรื่องการเลี้ยงผีตาแฮก การเลี้ยงผีปู่ตาจะมีการสืบทอดเป็นบางครอบครัว เนื่องจากภูเก็ตทำนาลดลงและหันไปประกอบอาชีพอื่น งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ายังคงสืบทอดมา เช่น การทอผ้าฝ้าย ผ้าหมักโคลนเพื่อใช้เองและจำหน่าย การจักสานที่ยังคงเหลืออยู่นอกจากนี้ ภูเขายังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและยังให้ความสำคัญกับผู้นำทางพิธีกรรมยังคงมีแนวปฏิบัติเหมือนในอดีตแต่ปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม

8.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ภูเก็ต

ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังภาพที่ 15 โดยอัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านหน้าที่และการใช้สอยมากที่สุด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติน้อยลง จากเดิมในอดีตธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร แต่ในปัจจุบันภูเขาดำเนินชีวิตที่กลมกลืนกับสังคมสมัยใหม่ รวมถึงการแต่งกายของภูเก็ตที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เปลี่ยนเป็นการแต่งกายตามสมัยนิยมในวัน

ธรรมดามากขึ้น ในขณะที่ความเดิมแท้ด้านคุณสมบัตินามธรรมของอัตลักษณ์มีระดับการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด โดยเฉพาะการสื่อสารด้วยภาษาถิ่น เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก รวมถึงการรำภูไทซึ่งเป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์อย่างลึกซึ้ง ซึ่งแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษอย่างเหนียวแน่นตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน



ภาพที่ 15 ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ภูไท

นอกจากนี้ ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อการนำอัตลักษณ์ภูไทมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมของทุนทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการนำเสนอตัวตนของชาติพันธุ์สู่สายตานักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 8

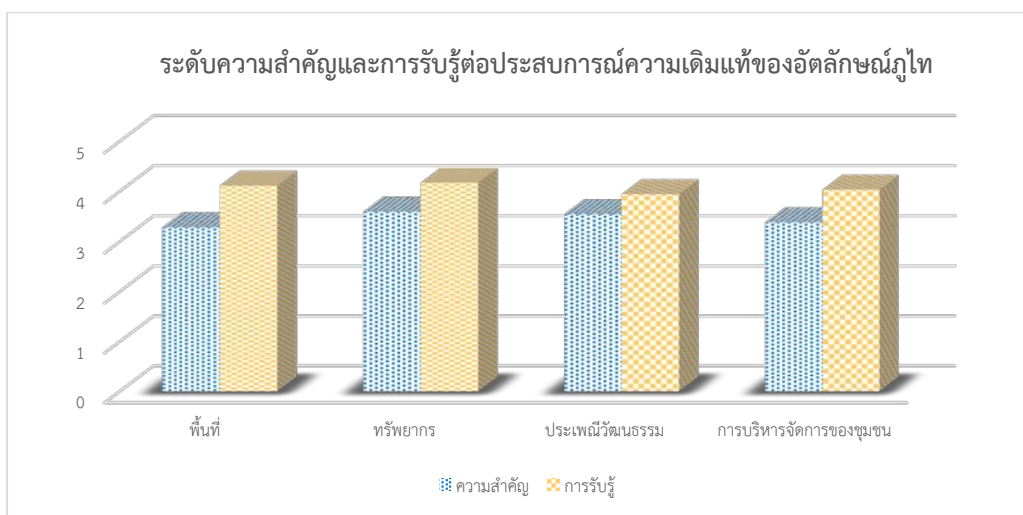
ตารางที่ 8 อัตลักษณ์ภูไทที่ชุมชนต้องการนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ลำดับที่	อัตลักษณ์	เหตุผล
1	 วิธีชีวิตตามธรรมชาติ	พื้นที่ตั้งของชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ เป็นแหล่งทำมาหากิน พึ่งพาธรรมชาติ ภูไทอาศัยน้ำเป็นหลักเพราะว่าเป็นชนเผ่าที่อาศัยการเพาะปลูก ทำไร่นา
2	 อาหารท้องถิ่น	วัฒนธรรมอาหารการกินของชุมชนยังคงเหมือนอดีต พึ่งพิงธรรมชาติเป็นหลัก แสดงถึงอัตลักษณ์ที่ยังคงความเดิมแท้ในการประกอบอาหารเช่นในอดีต
3	 การแต่งกายแบบภูไท	การแสดงตัวตนต่อสาธารณชนด้วยความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ที่ไม่เหมือนใคร โดยผ่านการท่องเที่ยว เป็นการสร้างความหมายของความเดิมแท้ให้กับชุดแต่งกายของชาติพันธุ์

8.3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ภูเก็ต

ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยวต่อกลุ่มชาติพันธุ์ภูเก็ต นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ดังภาพที่ 16 โดยเฉพาะสถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศใกล้ชิดกับชาวภูเก็ต รวมถึงอาหารและวัตถุดิบที่นำมาใช้ประกอบอาหาร เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และการแต่งกายด้วยชุดภูเก็ตที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ใส่เสื้อผ้าและนุ่งซิ่นหมี่ที่ทำจากผ้าฝ้าย ทอใช้เอง ซึ่งนักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้สูงกว่าระดับความสำคัญ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังรับรู้ความเดิมแท้ของพื้นที่ในเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชาติพันธุ์ ประเพณีวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ และการบริหารจัดการของชุมชนจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันกับชาวภูเก็ตได้อย่างใกล้ชิด

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านภูเก็ตเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชิมอาหารพื้นถิ่น (แจ่วซ๋อม, แกงกะบังเหิงกู) คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก

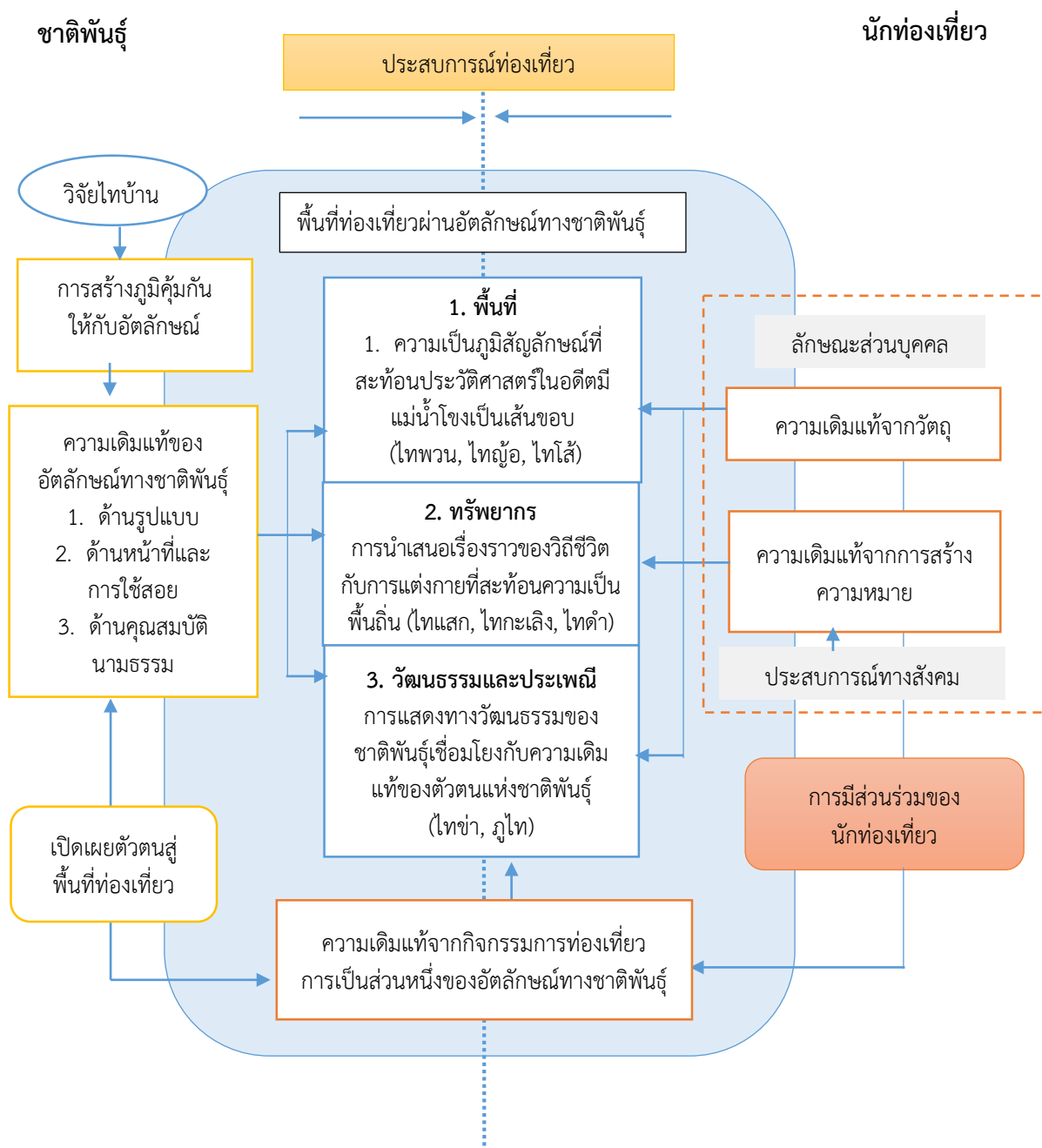


ภาพที่ 16 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ภูเก็ต

4. ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ได้มีจุดยืนทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนออัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ 2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น และ 3) การแสดง

ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ เป็นเป้าหมายหลักในการสร้างต้นแบบที่มีพื้นฐานจากจุดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และคุณลักษณะหลักของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์บนความเดิมแท้ รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

จากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เอื้อให้การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มีทิศทางในการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อรักษาคุณค่าของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่ในการดำเนินการตามต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทั้งด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบนฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ และชุมชนได้สร้างภูมิคุ้มกันในการเปลี่ยนแปลงในสภาวะปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนรู้และเข้าใจต่อปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำอัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์ที่กลั่นกรองมาจากความเต็มใจของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์เป็นจุดขายของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเข้มแข็ง ส่วนหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวได้ข้อมูลจากมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความเข้มแข็งของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อไป และชุมชนมีแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวบนฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ได้ด้วยตนเองและมีภูมิคุ้มกันในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างถูกทิศทาง

ดังนั้น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นสิ่งดึงดูดใจ อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและแตกต่างตามภูมิหลังของชาติพันธุ์ การพิจารณาความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ในฐานะทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม ได้ปรับเปลี่ยนไปตามความทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการอนุรักษ์บนพื้นฐานความเข้มแข็ง กลุ่มชาติพันธุ์มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวและยอมเผยแพร่อัตลักษณ์ของตนเองผ่านพื้นที่การท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวและยอมรับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้มีความเข้มแข็ง เนื่องจากความเข้มแข็งและอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่สั่นไหวได้ ปรับเปลี่ยนและเกิดขึ้นใหม่ในบริบทและเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จึงอยู่บนพื้นฐานของลักษณะความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ด้านความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และแนวทางให้ชุมชนสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ในบริบทของภูมิสังคมที่แตกต่างกัน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5750043

ชื่อโครงการย่อยที่ 1 : ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ชื่อนักวิจัย : นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล หน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ระยะเวลาโครงการ : สิงหาคม 2557 – ธันวาคม 2558

การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมสมัยใหม่ในเชิงพาณิชย์มีมากขึ้น ทำให้คุณค่าและความหมายของความเป็นตัวตนในกลุ่มชาติพันธุ์เปลี่ยนแปลงไป ความเดิมแท้จึงเป็นสิ่งที่ผู้คนแสวงหาผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 2) ศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 3) ศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และ 4) สร้างต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพจากชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ที่อาศัยในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง ได้แก่ ไทดำ ไทพวน ไทแสก ไทข่า ไทญ้อ ไทกะเลิง ไทโส้และภูไทในจังหวัดเลย หนองคาย นครพนมและมุกดาหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์และภาครัฐ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมกิจกรรมของชาติพันธุ์ในพื้นที่

ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและแตกต่างกันตามภูมิหลังของชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 1) ลักษณะของพื้นที่ 2) ทรัพยากร 3) ประเพณีและวัฒนธรรม และ 4) การบริหารจัดการของชุมชน ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ได้ปรับเปลี่ยนไปตามความทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการอนุรักษ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ กลุ่มชาติพันธุ์มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวและยอมเผยแพร่อัตลักษณ์ของตนเองผ่านพื้นที่การท่องเที่ยว ทั้งนี้ ชุมชนมีระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทั้งด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวและยอมรับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้มีความเดิมแท้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้าใจกระบวนการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมที่สร้างความหมายและเพิ่มคุณค่าใหม่ต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ประกอบกับความเดิมแท้และอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ลื่นไหล ปรับเปลี่ยนและเกิดขึ้นใหม่ได้ในบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไป และนักท่องเที่ยวได้ปฏิสัมพันธ์กับชุมชนเกิดการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้จากกิจกรรม ส่วนต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่บนพื้นฐานของลักษณะความเดิมแท้ โดยชุมชนมีแนวทางในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ในบริบทของภูมิสังคมที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความเดิมแท้, อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์, แม่น้ำโขง, การท่องเที่ยว

Abstract

Project code : RDG5750043

Sub project title : The authenticity in Mekong ethnic cultural tourism

Researcher : Wisitsiri Chusakul **Project period :** August 2014 - December 2015

The image presented of ethnic identities has been devalued because of the rise of contemporary commercial society. This results in a decrease in their values and ethnic identity. The search for authenticity through tourist activity is increasing. The research objectives are 1) to study the identity of the ethnic groups along the Mekong river, 2) to study the locals' attitudes which allow their identities to support the Mekong river ethnic cultural traditions, 3) to study the importance of the authenticity rating in the Mekong ethnic cultural attraction, and 4) to create a model to support the authentic Mekong ethnic cultural attraction.

For the research methodology both qualitative and quantitative research methods were used to get the data from the following ethnic groups: Taidam, Puan, Sak, Kha, Yor, Kalerng, So, and Phutai, which are in the areas of Loei, Nongkhai, Nakhonpanom, and Mukdahan province. The research tools are interview and questionnaire. The participants are divided into three groups: 1) local people, 2) governments or organizations related to tourism, and 3) tourists who visited ethnic villages.

The research results show that ethnic identity is various and differs due to background. It is comprised of location, resources, tradition and culture, and local's management style. The authenticity of the ethnic identity was changed by the modernization, simply in order to survive. Tourism activity can allow authentic ethnic identity to be conserved. The locals have a positive attitude towards tourism and are pleased to publish their identities through the tourism context. They have a great change in their ethnic identity by changing the role, utilization, immaterial quality from of the identity. In term of tourists' opinions, they are still willing to pay to find an authentic tourism experience and are willing to accept the authenticity of the ethnic identity. They enjoy a cultural tourist product which increases the meanings and values of their experiences. Due to the fact that authenticity and identity are dynamic and fluid, the cultural product can adapt and occur in both context and time, even as these change. In addition, tourists interact with ethnic locals that create an authentic experience from the activity. The model supports an ethnic cultural attraction based on the authenticity of identity by setting up ways to protect the ethnic identity in different social landscapes.

Keywords : authenticity, ethnic identity, Mekong river, tourism

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	พ
สารบัญ	ภ
สารบัญตาราง	ย
สารบัญภาพ	ฮ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.4 ขอบเขตในการศึกษา	6
1.5 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว	11
2.2 การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	33
2.3 อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	38
2.4 การรื้อฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประเพณีประเพณีประเพณีในบริบทการท่องเที่ยว	42
2.5 ภูมิสังคม	45
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	51
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	51
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ	58
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	60
3.6 แนวทางการนำเสนอข้อมูล	64
บทที่ 4 ผลการศึกษา	65
4.1 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 1	65
4.2 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 2	107
4.3 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 3	191
4.4 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 4	351

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	365
5.1 สรุปผล	365
5.2 อภิปรายผล	382
5.3 ข้อเสนอแนะ	389
เอกสารอ้างอิง	393
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	397
ภาคผนวก ข บทคัดย่อ นำเสนองานวิจัย	510
ภาคผนวก ค ภาพอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	521
ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศเก็บข้อมูล	531

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	กลุ่มชาติพันธุ์จำแนกตามพื้นที่ศึกษา	6
ตารางที่ 2.1	เกณฑ์ประเมินความเดิมแท้ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมโดยองค์การยูเนสโก	18
ตารางที่ 2.2	มาตรวัดความเดิมแท้เสนอในบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอัน (Hoi An Protocols)	19
ตารางที่ 2.3	พัฒนาการของเกณฑ์ประเมินความเดิมแท้จากเอกสารต่างๆ	20
ตารางที่ 2.4	เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ในรูปแบบต่าง ๆ ของประสบการณ์ท้องถิ่น	30
ตารางที่ 2.5	เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในฐานะทรัพยากรท้องถิ่น	47
ตารางที่ 2.6	เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว	47
ตารางที่ 3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนและหน่วยงานภาครัฐในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	52
ตารางที่ 3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	53
ตารางที่ 3.3	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	54
ตารางที่ 3.4	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนและหน่วยงานภาครัฐในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4	54
ตารางที่ 3.5	ค่าความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
ตารางที่ 3.6	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	59
ตารางที่ 3.7	การวิเคราะห์ระดับการรับรู้กับผลการปฏิบัติงาน (IPA)	63
ตารางที่ 4.1	อัตลักษณ์ไทดำ	65
ตารางที่ 4.2	อัตลักษณ์ไทพวน	75
ตารางที่ 4.3	อัตลักษณ์ไทแสก	81
ตารางที่ 4.4	อัตลักษณ์ไทกะเลิง	86
ตารางที่ 4.5	อัตลักษณ์ไทข่า	90
ตารางที่ 4.6	อัตลักษณ์ไทญ้อ	93
ตารางที่ 4.7	อัตลักษณ์ไทโส้	98
ตารางที่ 4.8	อัตลักษณ์ภูไท	102
ตารางที่ 4.9	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทดำ)	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.10	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทดำ)	109
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทดำ)	112
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทดำ)	113
ตารางที่ 4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทดำ)	114
ตารางที่ 4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทดำ)	116
ตารางที่ 4.15	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทพวน)	118
ตารางที่ 4.16	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทพวน)	120
ตารางที่ 4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทพวน)	121
ตารางที่ 4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทพวน)	123
ตารางที่ 4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทพวน)	124
ตารางที่ 4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทพวน)	125
ตารางที่ 4.21	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทแสก)	127
ตารางที่ 4.22	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทแสก)	129
ตารางที่ 4.23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทแสก)	131
ตารางที่ 4.24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทแสก)	132
ตารางที่ 4.25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทแสก)	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไท่เสก)	135
ตารางที่ 4.27	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไท่กะเลิง)	137
ตารางที่ 4.28	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไท่กะเลิง)	139
ตารางที่ 4.29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไท่กะเลิง)	140
ตารางที่ 4.30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไท่กะเลิง)	142
ตารางที่ 4.31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไท่กะเลิง)	143
ตารางที่ 4.32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)	144
ตารางที่ 4.33	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไท่ซ่า)	147
ตารางที่ 4.34	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)	149
ตารางที่ 4.35	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไท่ซ่า)	150
ตารางที่ 4.36	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไท่ซ่า)	152
ตารางที่ 4.37	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไท่ซ่า)	153
ตารางที่ 4.38	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)	155
ตารางที่ 4.39	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไท่ญ้อ)	157
ตารางที่ 4.40	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไท่ญ้อ)	159
ตารางที่ 4.41	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไท่ญ้อ)	161
ตารางที่ 4.42	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไท่ญ้อ)	163

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.43	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความ เดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไถญ้อ)	164
ตารางที่ 4.44	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	166
ตารางที่ 4.45	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทโล่)	168
ตารางที่ 4.46	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของ ชาติพันธุ์ (ไทโล่)	170
ตารางที่ 4.47	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความ เดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทโล่)	171
ตารางที่ 4.48	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิม แท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทโล่)	173
ตารางที่ 4.49	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความ เดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทโล่)	174
ตารางที่ 4.50	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทโล่)	176
ตารางที่ 4.51	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ภูไท)	179
ตารางที่ 4.52	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของ ชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ภูไท)	181
ตารางที่ 4.53	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลง ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ภูไท)	182
ตารางที่ 4.54	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลง ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ภูไท)	184
ตารางที่ 4.55	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความ เดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ภูไท)	185
ตารางที่ 4.56	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชน ต่อการท่องเที่ยว (ภูไท)	186
ตารางที่ 4.57	สรุปผลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิม แท้ของอัตลักษณ์ ทางชาติพันธุ์	189
ตารางที่ 4.58	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (ไทดำ)	192
ตารางที่ 4.59	จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)	194

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.60	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทดำ)	194
ตารางที่ 4.61	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)	195
ตารางที่ 4.62	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทดำ)	196
ตารางที่ 4.63	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทดำ)	197
ตารางที่ 4.64	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทดำ)	198
ตารางที่ 4.65	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทดำ)	199
ตารางที่ 4.66	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยว รู้จัก / เคยไป (ไทดำ)	200
ตารางที่ 4.67	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญและการรับรู้ ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทดำ)	201
ตารางที่ 4.68	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทดำ)	202
ตารางที่ 4.69	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทดำ)	204
ตารางที่ 4.70	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของ ชุมชน (ไทดำ)	208
ตารางที่ 4.71	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทพวน)	209
ตารางที่ 4.72	จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)	211
ตารางที่ 4.73	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทพวน)	212
ตารางที่ 4.74	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)	213
ตารางที่ 4.75	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทพวน)	213
ตารางที่ 4.76	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทพวน)	214
ตารางที่ 4.77	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทพวน)	215
ตารางที่ 4.78	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทพวน)	216
ตารางที่ 4.79	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยว รู้จัก / เคยไป (ไทพวน)	217
ตารางที่ 4.80	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทพวน)	218

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.81	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทพวน)	219
ตารางที่ 4.82	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทพวน)	221
ตารางที่ 4.83	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของ ชุมชน (ไทพวน)	225
ตารางที่ 4.84	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทแสก)	226
ตารางที่ 4.85	จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสก)	228
ตารางที่ 4.86	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทแสก)	229
ตารางที่ 4.87	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสก)	230
ตารางที่ 4.88	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทแสก)	230
ตารางที่ 4.89	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทแสก)	231
ตารางที่ 4.90	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทแสก)	232
ตารางที่ 4.91	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทแสก)	233
ตารางที่ 4.92	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยว รู้จัก / เคยไป (ไทแสก)	234
ตารางที่ 4.93	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทแสก)	235
ตารางที่ 4.94	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทแสก)	236
ตารางที่ 4.95	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทแสก)	238
ตารางที่ 4.96	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของ ชุมชน (ไทแสก)	242

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.97	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทกะเลิง)	243
ตารางที่ 4.98	จำนวนและร้อยละของความสะดวกของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	245
ตารางที่ 4.99	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	246
ตารางที่ 4.100	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	247
ตารางที่ 4.101	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	247
ตารางที่ 4.102	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	248
ตารางที่ 4.103	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทกะเลิง)	249
ตารางที่ 4.104	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	250
ตารางที่ 4.105	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทกะเลิง)	251
ตารางที่ 4.106	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทกะเลิง)	252
ตารางที่ 4.107	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทกะเลิง)	254
ตารางที่ 4.108	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทกะเลิง)	256
ตารางที่ 4.109	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทกะเลิง)	259
ตารางที่ 4.110	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทข่า)	260
ตารางที่ 4.111	จำนวนและร้อยละของความสะดวกของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทข่า)	262
ตารางที่ 4.112	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทข่า)	263
ตารางที่ 4.113	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทข่า)	264
ตารางที่ 4.114	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทข่า)	264

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.115	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไท่ข่า)	265
ตารางที่ 4.116	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไท่ข่า)	266
ตารางที่ 4.117	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไท่ข่า)	267
ตารางที่ 4.118	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไท่ข่า)	268
ตารางที่ 4.119	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไท่ข่า)	269
ตารางที่ 4.120	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไท่ข่า)	270
ตารางที่ 4.121	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไท่ข่า)	272
ตารางที่ 4.122	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไท่ข่า)	276
ตารางที่ 4.123	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไท่ญ้อ)	277
ตารางที่ 4.124	จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	279
ตารางที่ 4.125	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	280
ตารางที่ 4.126	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	281
ตารางที่ 4.127	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	281
ตารางที่ 4.128	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	282
ตารางที่ 4.129	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไท่ญ้อ)	283
ตารางที่ 4.130	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไท่ญ้อ)	284
ตารางที่ 4.131	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไท่ญ้อ)	285
ตารางที่ 4.132	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไท่ญ้อ)	286

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.133	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทญ้อ)	287
ตารางที่ 4.134	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทญ้อ)	289
ตารางที่ 4.135	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของ ชุมชน (ไทญ้อ)	293
ตารางที่ 4.136	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทโส้)	294
ตารางที่ 4.137	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทโส้)	296
ตารางที่ 4.138	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทโส้)	297
ตารางที่ 4.139	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทโส้)	298
ตารางที่ 4.140	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทโส้)	298
ตารางที่ 4.141	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทโส้)	299
ตารางที่ 4.142	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทโส้)	300
ตารางที่ 4.143	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทโส้)	301
ตารางที่ 4.144	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยว รู้จัก / เคยไป (ไทโส้)	302
ตารางที่ 4.145	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทโส้)	303
ตารางที่ 4.146	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทโส้)	304
ตารางที่ 4.147	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทโส้)	306
ตารางที่ 4.148	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทโส้)	310
ตารางที่ 4.149	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ภูไท)	311
ตารางที่ 4.150	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของการเดินทางท่องเที่ยว (ภูไท)	313
ตารางที่ 4.151	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ภูไท)	314
ตารางที่ 4.152	จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ภูไท)	315

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.153	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ภูไท)	315
ตารางที่ 4.154	จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ภูไท)	316
ตารางที่ 4.155	จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ภูไท)	317
ตารางที่ 4.156	จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ภูไท)	318
ตารางที่ 4.157	จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ภูไท)	319
ตารางที่ 4.158	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ภูไท)	320
ตารางที่ 4.159	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ภูไท)	321
ตารางที่ 4.160	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ภูไท)	324
ตารางที่ 4.161	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อ ประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของ ชุมชน (ภูไท)	327
ตารางที่ 4.162	สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อ ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์	328
ตารางที่ 4.163	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการ รับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์	332
ตารางที่ 4.164	ผลการวิเคราะห์ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์	350
ตารางที่ 4.165	การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวบนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์	356
ตารางที่ 4.166	จุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	357
ตารางที่ 4.167	แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านความเป็นภูมิสัญลักษณ์ ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ	360
ตารางที่ 4.168	แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการนำเสนอเรื่องราว ของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น	361
ตารางที่ 4.169	แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการแสดงทางวัฒนธรรม ของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์	362
ตารางที่ 5.1	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยต่อประสบการณ์ ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง	378

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	7
ภาพที่ 1.2	8
ภาพที่ 2.1	12
ภาพที่ 2.2	23
ภาพที่ 2.3	24
ภาพที่ 2.4	27
ภาพที่ 2.5	28
ภาพที่ 2.6	37
ภาพที่ 2.7	46
ภาพที่ 2.8	47
ภาพที่ 3.1	63
ภาพที่ 4.1	111
ภาพที่ 4.2	115
ภาพที่ 4.3	117
ภาพที่ 4.4	121
ภาพที่ 4.5	125
ภาพที่ 4.6	127
ภาพที่ 4.7	130
ภาพที่ 4.8	134
ภาพที่ 4.9	136
ภาพที่ 4.10	140
ภาพที่ 4.11	144

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.12	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	146
ภาพที่ 4.13	ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทข่า)	150
ภาพที่ 4.14	ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ (ไทข่า)	155
ภาพที่ 4.15	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทข่า)	157
ภาพที่ 4.16	ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)	161
ภาพที่ 4.17	ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)	165
ภาพที่ 4.18	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)	167
ภาพที่ 4.19	ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทโส้)	171
ภาพที่ 4.20	ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ (ไทโส้)	176
ภาพที่ 4.21	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทโส้)	178
ภาพที่ 4.22	ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ภูไท)	182
ภาพที่ 4.23	ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ (ภูไท)	186
ภาพที่ 4.24	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ภูไท)	188
ภาพที่ 4.25	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)	194
ภาพที่ 4.26	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทดำ)	195
ภาพที่ 4.27	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)	196
ภาพที่ 4.28	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยว (ไทดำ)	197
ภาพที่ 4.29	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยว (ไทดำ)	198
ภาพที่ 4.30	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ชื่นชอบ (ไทดำ)	199

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.31	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทดำ)	200
ภาพที่ 4.32	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่ นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทดำ)	201
ภาพที่ 4.33	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทดำ)	202
ภาพที่ 4.34	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทดำ)	204
ภาพที่ 4.35	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทดำ)	207
ภาพที่ 4.36	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทดำ)	209
ภาพที่ 4.37	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)	212
ภาพที่ 4.38	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทพวน)	212
ภาพที่ 4.39	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)	213
ภาพที่ 4.40	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยว (ไทพวน)	214
ภาพที่ 4.41	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยว (ไทพวน)	215
ภาพที่ 4.42	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ชื่นชอบ (ไทพวน)	216
ภาพที่ 4.43	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทพวน)	217
ภาพที่ 4.44	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก/เคยไป (ไทพวน)	218
ภาพที่ 4.45	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทพวน)	219
ภาพที่ 4.46	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของ การท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทพวน)	221

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.47	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทพวน)	224
ภาพที่ 4.48	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทพวน)	226
ภาพที่ 4.49	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสก)	229
ภาพที่ 4.50	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทแสก)	229
ภาพที่ 4.51	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสก)	230
ภาพที่ 4.52	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทแสก)	231
ภาพที่ 4.53	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทแสก)	232
ภาพที่ 4.54	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทแสก)	233
ภาพที่ 4.55	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทแสก)	234
ภาพที่ 4.56	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทแสก)	235
ภาพที่ 4.57	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทแสก)	236
ภาพที่ 4.58	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทแสก)	238
ภาพที่ 4.59	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทแสก)	241
ภาพที่ 4.60	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทแสก)	243
ภาพที่ 4.61	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	246
ภาพที่ 4.62	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	246
ภาพที่ 4.63	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	247

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.64	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	248
ภาพที่ 4.65	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	249
ภาพที่ 4.66	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทกะเลิง)	250
ภาพที่ 4.67	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)	251
ภาพที่ 4.68	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก/เคยไป (ไทกะเลิง)	252
ภาพที่ 4.69	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทกะเลิง)	253
ภาพที่ 4.70	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทกะเลิง)	255
ภาพที่ 4.71	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทกะเลิง)	258
ภาพที่ 4.72	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทกะเลิง)	260
ภาพที่ 4.73	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทข่า)	263
ภาพที่ 4.74	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทข่า)	263
ภาพที่ 4.75	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทข่า)	264
ภาพที่ 4.76	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทข่า)	265
ภาพที่ 4.77	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทข่า)	266
ภาพที่ 4.78	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทข่า)	267
ภาพที่ 4.79	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทข่า)	268
ภาพที่ 4.80	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทข่า)	269

สารบัญญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.81	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทซา)	270
ภาพที่ 4.82	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทซา)	272
ภาพที่ 4.83	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทซา)	275
ภาพที่ 4.84	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทซา)	277
ภาพที่ 4.85	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	280
ภาพที่ 4.86	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	280
ภาพที่ 4.87	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	281
ภาพที่ 4.88	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์ (ไถญ้อ)	282
ภาพที่ 4.89	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	283
ภาพที่ 4.90	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไถญ้อ)	284
ภาพที่ 4.91	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)	285
ภาพที่ 4.92	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไถญ้อ)	286
ภาพที่ 4.93	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไถญ้อ)	287
ภาพที่ 4.94	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไถญ้อ)	289
ภาพที่ 4.95	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไถญ้อ)	292
ภาพที่ 4.96	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไถญ้อ)	294
ภาพที่ 4.97	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล)	297
ภาพที่ 4.98	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทโล)	297
ภาพที่ 4.99	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล)	298

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.100	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทโส)	299
ภาพที่ 4.101	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทโส)	300
ภาพที่ 4.102	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทโส)	301
ภาพที่ 4.103	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทโส)	302
ภาพที่ 4.104	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก/เคยไป (ไทโส)	303
ภาพที่ 4.105	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทโส)	304
ภาพที่ 4.106	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทโส)	306
ภาพที่ 4.107	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทโส)	309
ภาพที่ 4.108	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทโส)	311
ภาพที่ 4.109	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	314
ภาพที่ 4.110	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	314
ภาพที่ 4.111	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	315
ภาพที่ 4.112	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	316
ภาพที่ 4.113	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	317
ภาพที่ 4.114	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ภูเก็ต)	318
ภาพที่ 4.115	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)	319
ภาพที่ 4.116	ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก/เคยไป (ภูเก็ต)	320
ภาพที่ 4.117	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ภูเก็ต)	321

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 4.118	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ภูเก็ต)	323
ภาพที่ 4.119	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ภูเก็ต)	326
ภาพที่ 4.120	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ภูเก็ต)	328
ภาพที่ 4.121	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทดำ)	334
ภาพที่ 4.122	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทพวน)	336
ภาพที่ 4.123	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทแสก)	338
ภาพที่ 4.124	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)	340
ภาพที่ 4.125	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทข่า)	342
ภาพที่ 4.126	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)	344
ภาพที่ 4.127	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทส่วย)	346
ภาพที่ 4.128	การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ภูเก็ต)	348
ภาพที่ 4.129	ต้นแบบการพัฒนาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	
ภาพที่ 5.1	ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	372
ภาพที่ 5.2	ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	372
ภาพที่ 5.3	ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	373
ภาพที่ 5.4	ระดับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมและวัฒนธรรม	373
ภาพที่ 5.5	ระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว	376
ภาพที่ 5.6	ระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว	376
ภาพที่ 5.7	ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์	377

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

“บทบาทพื้นฐานของการท่องเที่ยวคือ การมีส่วนร่วมในการสร้างเศรษฐกิจของชาติและการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งอิทธิพลทางด้านสังคม การศึกษา และวัฒนธรรม ตลอดจนการนำไปสู่มิตรภาพและการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คน” (United Nations, 1963)

จากข้อความดังกล่าว การท่องเที่ยวได้ถูกจัดวางในบริบทของการพัฒนาและเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยให้การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของนานาประเทศ สำหรับประเทศไทย ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวและการบริการเป็นยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2557 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในการหลุดพ้นจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางโดยให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 2 ล้านล้านบาทต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556)

ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและพิธีกรรมต่างๆ จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ต่างดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและสัมผัสกับท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด กลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นชนกลุ่มน้อยเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น (Holmes & Smith, 2009) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชนเผ่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ชายแดนแม่น้ำโขงไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเต็มไปด้วยพหุลักษณะของชาติพันธุ์ ภาษา และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้คน นำมาให้นักท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อรับรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตชนเผ่าพื้นเมืองแถบกลุ่มน้ำโขง (พณิฐา ยงพิทยาพงศ์, วีระศักดิ์ จุลดาลัย และภาวดี พันธรักษ์, 2550) การท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีแปลกๆของคนต่างถิ่น รวมถึงจุดเด่นของพิธีกรรมต่างๆ จึงกลายเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในแถบกลุ่มแม่น้ำโขง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นการเยี่ยมชม การแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ รวมไปถึงการเข้าร่วมพิธีกรรมและกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ Smith (1989) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน โดยมีรากฐานมาจากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน แต่การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้ความสำคัญกับกิจกรรมเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่และประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้นกิจกรรมทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นซึ่งมีวิถีการดำเนินชีวิตแบบเก่าและอาจสูญหายจากความทรงจำของคนในปัจจุบัน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จึง

เป็นการเชื่อมชมจากความโดดเด่นที่แตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบทของสังคมในปัจจุบัน การท่องเที่ยวถูกมองว่าเกี่ยวข้องและเป็นส่วนหนึ่งของลัทธิบริโภคนิยมและพาณิชย์นิยม (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2554) รูปแบบการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นในเชิงการผลิตและการพาณิชย์เพื่อมุ่งหวังรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพและความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อการท่องเที่ยว เช่น ผลกระทบของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของชาวเขาในภาคเหนือ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของการค้าทางเพศ (Cohen, 1996) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังถูกมองว่าเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ และเป็นตัวการที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม และสิ่งที่เห็นได้ชัด ได้แก่ ปรากฏการณ์ของคนในท้องถิ่นเลียนแบบหรือยอมรับเอาวิถีชีวิตของชาวตะวันตกจากนักท่องเที่ยวมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2554) อย่างไรก็ตาม ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวอาจเป็นไปได้ทั้งในลักษณะที่ช่วยบำรุงวัฒนธรรมและการทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม รวมทั้งการที่วัฒนธรรมท้องถิ่นถูกทำให้เป็นสินค้าเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว คุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมลดลง เหลือเพียงแต่การเป็นแค่ “สินค้า” สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ชมหรือจับจ่ายใช้สอยเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ Adorno และ Horkheimer (2002) ได้กล่าวว่า แม้ว่าจะระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมจะทำให้เศรษฐกิจของสังคมเจริญก้าวหน้า แต่ในขณะเดียวกัน กระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมกลับเป็นไปในทิศทางผลิตได้ปริมาณมากแต่ด้อยในเชิงคุณภาพจนเหลือเพียงแค่สินค้าชนิดหนึ่ง จะเห็นว่า การถูกลดทอนคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมให้กลายเป็นเพียงแค่สินค้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสแบบฉาบฉวย จึงขาดความเดิมแท้ของความดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวในสังคมปัจจุบันต่างโหยหาความเป็นของแท้ดั้งเดิมมากยิ่งขึ้น (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2554)

ความเดิมแท้ (Authenticity) ได้กลายมาเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความดั้งเดิมของวัฒนธรรมหรือคุณค่าที่เดิมแท้ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่ (Kolar & Zabkar, 2010) เนื่องจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ถูกดัดแปลงเพื่อผลประโยชน์ทางการค้ามากขึ้น สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวถูกลดคุณค่าและความหมายลงขาดความเป็นเอกลักษณ์ และสูญเสียความเดิมแท้ นักท่องเที่ยวจึงได้สัมผัสกับประสบการณ์ท่องเที่ยวบนความเดิมแท้แบบจัดฉาก (Staged Authenticity) เพราะการท่องเที่ยวแบบจัดฉากเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความไม่เดิมแท้ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการนำวัฒนธรรมมาดัดแปลงสร้างเป็นสินค้าใหม่ (Crick, 1989) เป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบฉาบฉวย ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมซึ่งยังคงความดั้งเดิมเก่าแก่ไว้หลัง ในขณะที่ผู้คนต่างมุ่งหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหนทางไปสู่ความทันสมัย ส่วนคนกลางมุ่งหวังผลทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว จึงเกิดเป็นช่องว่างของการจัดการการท่องเที่ยว ผลเสียตกอยู่กับความสูญเสียอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบฉาบฉวยระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนเป็นไปอย่างไม่ยั่งยืน และได้กลายเป็นประเด็นที่สำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความเดิมแท้ในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Fischer, 1999)

นอกจากนี้ Yeoman, Brass & McMahon-Beattie (2007) ยังกล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจอย่างอึดตัว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าที่เป็นของแท้ การตัดสินใจซื้อสินค้าจึงขึ้นอยู่กับความรู้ความเดิมแท้จากสิ่งเหล่านั้น หากในอนาคตการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมโดยที่ไม่คำนึงถึงความเดิมแท้หรือรากเหง้าทางวัฒนธรรมอันดั้งเดิมของชุมชน อาจทำให้การท่องเที่ยวของท้องถิ่นซบเซา เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็วและตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทว่า หากมีแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่เกิดขึ้นและสามารถนำเสนอความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ได้ชัดเจนและอยู่บนพื้นฐานความเดิมแท้ โดยไม่มีการดัดแปลง แก้ไขเพียงเพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจ อาจทำให้แหล่งท่องเที่ยวแหล่งนั้นช่วงชิงความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงไปได้

ในพื้นที่ภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง การเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์นำไปสู่การเลือกสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อมุ่งประโยชน์ทางการค้าและธุรกิจ อาจส่งผลกระทบด้านวัฒนธรรมและการสูญเสียของความเป็นอัตลักษณ์ (ชูศักดิ์ วิทยาภักดิ์, 2554 : 22) โดย Prasit Leepreecha (2008) พยายามที่จะเปลี่ยนมุมมองการศึกษาของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยมองผ่านความสัมพันธ์เชิงการเมืองระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของภาครัฐ และกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งทำให้ทราบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์เป็นการท่องเที่ยวแบบจัดฉากและฉาบฉวยเพียงเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและรายได้จากการท่องเที่ยว และกรณีศึกษาในประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านผานม แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สันติพงษ์ ช้างเผือก, 2546) ซึ่งเป็นหมู่บ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อพบว่า หมู่บ้านมีกระบวนการนำสินค้าทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยชาวไทลื้อได้นำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนเองผ่านสินค้าทางวัฒนธรรม ได้แก่ ผ้าทอไทลื้อและการแสดงรำรำลื้อนแต่เป็นการท่องเที่ยวแบบจัดฉากซึ่งทำให้คุณค่าความเดิมแท้ของวัฒนธรรมดั้งเดิมลดลงไป

การรวมกลุ่มประเทศอาเซียนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทอย่างสำคัญทางยุทธศาสตร์ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดเพื่อสนับสนุนอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกัน (ASEAN as a Single Tourism Destination) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) กับความร่วมมือของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-Regional Economic Corporation : GMS) ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาและเชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงให้เป็นศูนย์กลางการลงทุน (ศิริพร ทองคนารักษ์ และเยาวลักษณ์ อภิชาติวัลลภ, 2550) และเกิดประโยชน์ทางอ้อม คือ การท่องเที่ยวชายแดน (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553) เมื่อพื้นที่ชายแดนเป็นเป้าหมายในการพัฒนาของรัฐในภาพของการพัฒนาการค้าระหว่างอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ชุมชน

จากโครงการวิจัยการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงชุดที่ 2 ของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Mingsarn Kaosa-ard, 2006) พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำโขงมีการใช้ประโยชน์จากต้นทุนสังคมและต้นทุนสาธารณะอย่างมากมาย จึงไม่ควรปล่อยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตกอยู่ในมือของระบบตลาดเสรีเพียงอย่างเดียวโดยไร้การควบคุมจากรัฐและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Mingsarn Kaosa-ard, 2006) ความเดิมแท้จึงเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาของ

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพราะการให้ความสำคัญกับความเดิมแท้จะก่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวรวมทั้งทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนได้และเป็นหลักการพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Fischer, 1999)

จะเห็นว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มีการดัดแปลง ปรับปรุง เพิ่มเติมให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จนกระทั่งเป็นการสมมติและแต่งแต้มขึ้นมา แหล่งท่องเที่ยวต่างพยายามผลิตและอธิบายของความหมายที่แตกต่างกันและเกิดความพยายามสร้างกิจกรรมอื่น ๆ ผสมผสานเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น การแสดง การละเล่น ซึ่งบางครั้งเป็นการลดทอนคุณค่าและความหมายและคุณค่าของอัตลักษณ์นั้น ๆ ลง กลายเป็นปัญหาที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การศึกษาในครั้งนี้เริ่มจากการค้นหาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ผ่านมุมมองของชุมชนในการยอมรับให้อัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวบนฐานความเดิมแท้ ทั้งยังศึกษาปัจจัยที่ทำให้อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทำให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงบนฐานความเดิมแท้เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอาเซียน เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่นำเสนอวิถีหรือการดำรงอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่บริเวณชายแดนไทย – ลาว ที่มีลักษณะของการยึดโยงความสัมพันธ์ด้วยเครือญาติ ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะ วิถีปฏิบัติและจารีตของท้องถิ่น ทั้งยังเป็นการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของชนกลุ่มน้อยจนบางครั้งถูกสังคมมองว่าเป็น “คนแปลก” หรือ “คนอื่น” ให้กลายเป็น “คนของสังคม” ที่สามารถปรับตัวให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีเทียบเท่ากับคนในสังคมใหญ่ได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 1.2.4 เพื่อสร้างต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.3.1 ความเดิมแท้ (Authenticity) หมายถึง ภาพของวัตถุและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นของแท้ ของจริง ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (ปรับปรุงจาก Wang, 1999; Theobald, 1998; Gilmore & Pine, 2007; Belhassen, Caton, & Stewart, 2008; & เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) ซึ่งแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ

1.3.1.1 ความเดิมแท้ของวัตถุ (Objective Authenticity) หมายถึง ลักษณะของวัตถุที่เป็นบริบททางการท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความดั้งเดิม หรือเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับอดีตหรือประวัติศาสตร์

ที่สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีอยู่จริงตามธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา (ปรับปรุงจาก Urry, 1991; Wang, 1999; & Smith & Duffy, 2003)

1.3.1.2 ความเต็มแท้จากการสร้างความหมาย (Constructive Authenticity) หมายถึง การตีความของนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อบริบททางการท่องเที่ยวด้านอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ทั้งนี้ การตีความหมายขึ้นอยู่กับความรู้ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความคาดหวัง จินตภาพของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัตถุนั้น (ปรับปรุงจาก Bruner, 1994; Wang, 1999; Grayson & Martinec, 2004; & Reisinger & Steiner, 2006)

1.3.1.3 ความเต็มแท้ภายในบุคคล (Intra-Personal Authenticity) หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ความแท้จริงที่มีต่อความแท้จริงที่มีอยู่ (Existential authenticity) โดยแสดงออกทางร่างกายอย่างเป็นไปตามธรรมชาติและความรู้สึกในการทำสิ่งที่ท้าทายหรือขัดแย้งสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สูญเสียความแท้จริงจากสังคมที่ได้ลงมือปฏิบัติในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (ปรับปรุงจาก Cohen, 1979; Turner, 1991; Wang, 1999; & Kim & Jamal, 2007)

1.3.1.4 ความเต็มแท้ระหว่างบุคคล (Inter-Personal Authenticity) หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความแท้จริงที่มีอยู่ (Existential authenticity) โดยรับรู้ความแท้จริงจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับชุมชน อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และกลุ่มนักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ร่วมกัน (ปรับปรุงจาก Wang, 1999; & Cater, 2008)

1.3.2 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity) หมายถึง สิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนเฉพาะกลุ่มที่รับรู้ภายในกลุ่มว่าเป็นใคร อัตลักษณ์กำหนด “ความเหมือน” และ “ความแตกต่าง” จากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สามารถสร้างความแตกต่างให้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในด้านพื้นที่ ทรัพยากร วัฒนธรรมและประเพณี และการบริหารจัดการของชุมชน (ปรับปรุงจาก Brown, 2004 ; อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2546)

1.3.3 กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Mekong Ethnic Group) หมายถึง ชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ติดลุ่มแม่น้ำโขงในจังหวัดเลย หนองคาย นครพนมและมุกดาหาร ได้แก่ ไทดำ ไทพวน ไทแสก ไทข่า ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทโส้และภูไท

1.3.4 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อสัมผัสกับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลายตามลักษณะของแต่ละชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันออกไปตามพื้นที่ ทรัพยากรของชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและประเพณีและการบริหารจัดการของชุมชน (ปรับปรุงจาก Smith, 1989 ; บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด, 2550)

1.3.5 ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งเกิดจากการทำกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์ การปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ปรับปรุงจาก Nickerson, 2006)

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.4.1.1 บริบททั่วไปของพื้นที่วิจัย
- 1.4.1.2 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
- 1.4.1.3 ทศนคติของชุมชนในการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 1.4.1.4 เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- 1.4.1.5 ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์
- 1.4.1.6 ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนชุมชน ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้ ทำการศึกษาในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำโขง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เนื่องด้วยข้อจำกัดของการศึกษาโดยกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ริมแม่น้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการกระจายตัวไปตามจังหวัดต่าง ๆ ทำให้มีพื้นที่ของการศึกษาใน 4 จังหวัด คือ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม และมุกดาหาร โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1.1 และภาพที่ 1.1

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

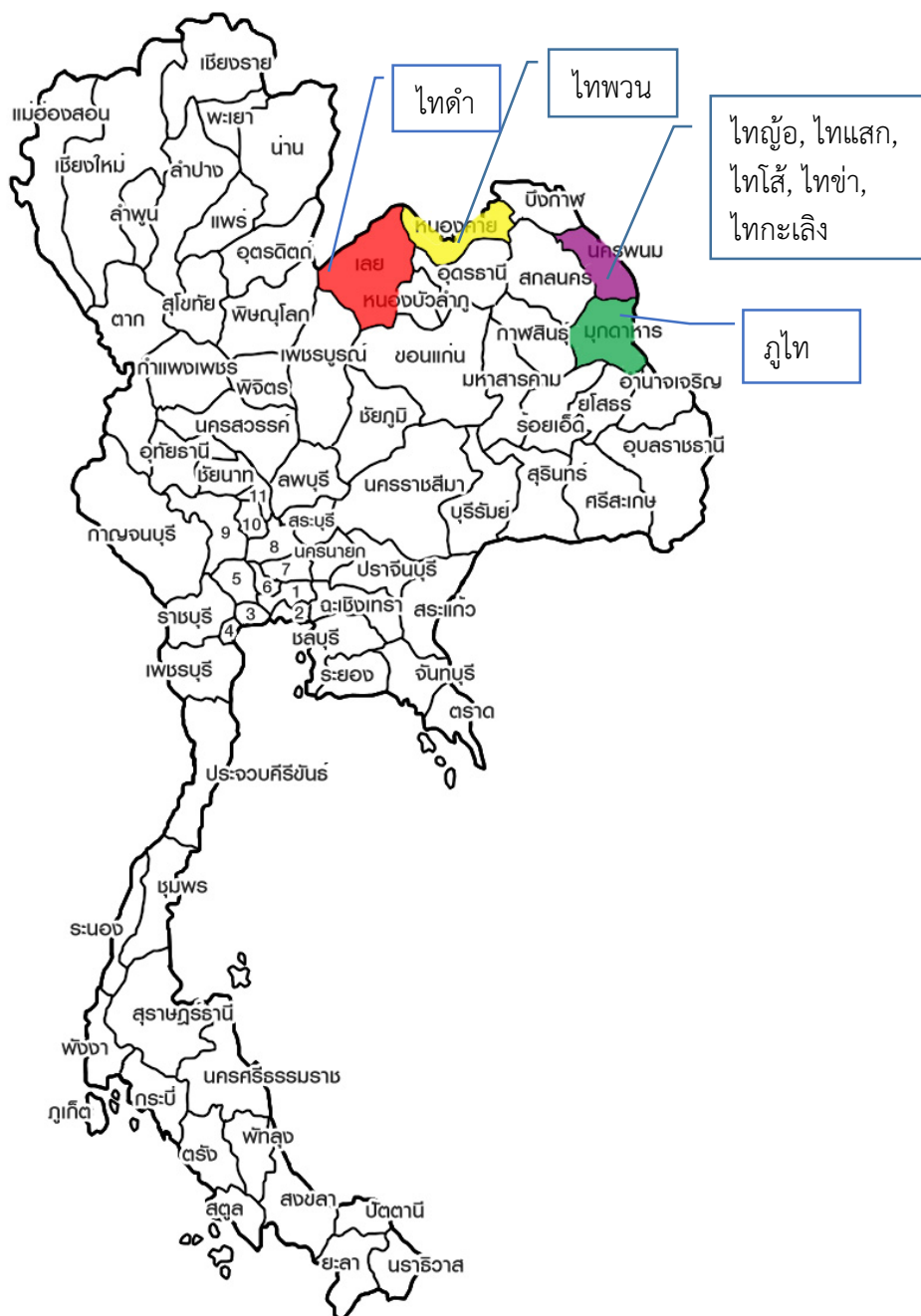
ระยะเวลาในการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2557 – 31 กรกฎาคม 2558

ตารางที่ 1.1 กลุ่มชาติพันธุ์จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

กลุ่มชาติพันธุ์	จังหวัด	อำเภอ
1. ไทดำ (Black Tai)	เลย	เชียงคาน
2. ไทพวน (Phuan)	หนองคาย	ศรีเชียงใหม่
3. ไทญ้อ (Yo)	นครพนม	ท่าอุเทน
4. ภูไท (Phuthai)	มุกดาหาร	หนองสูง
5. ไทแสก (Saek)	นครพนม	เมือง
6. ไทข่า (Tai Kha)	นครพนม	ธาตุพนม

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

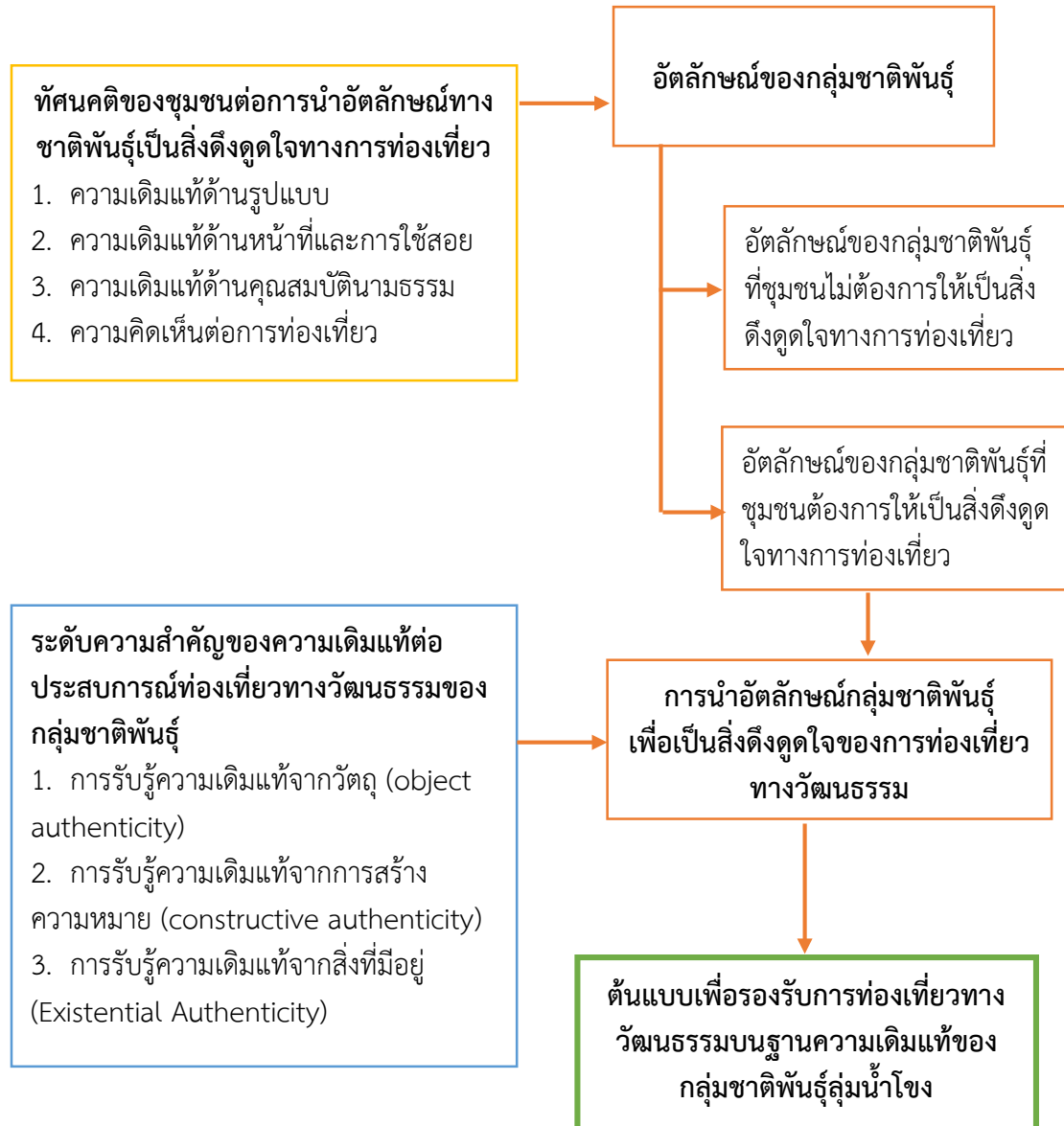
กลุ่มชาติพันธุ์	จังหวัด	อำเภอ
7. ไทโส้ (So)	นครพนม	โพนสวรรค์
8. ไทกะเลิง (Kaleng)	นครพนม	นาแก



ภาพที่ 1.1 พื้นที่การศึกษา

ที่มา : ปรับปรุงจาก Northeast (2558)

1.5 กรอบแนวความคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ชุมชนมีความภาคภูมิใจต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนเองและเป็นจุดเริ่มต้นของการอนุรักษ์อัตลักษณ์ให้คงอยู่

1.6.2 ชุมชนมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

1.6.3 ชุมชนมีต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ และชุมชนได้สร้างภูมิคุ้มกันในการเปลี่ยนแปลงในสภาวะปัจจุบัน

1.6.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ซึ่งสามารถนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของชุมชน

1.6.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงจากมุมมองของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในอาเซียนต่อไป

1.6.6 หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายพัฒนาชุมชนอย่างถูกทิศทาง

1.6.7 ผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวได้ข้อมูลจากมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

1.6.8 หน่วยงานทุกภาคส่วนและชุมชนได้แนวทางในการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่อยู่บนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างเหมาะสม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

2.1 ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

2.1.1 มิติความเดิมแท้

2.1.2 ความเดิมแท้ของทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.1.3 ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.3 อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

2.4 การรื้อฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประเพณีประเพณีประเพณีในบริบทการท่องเที่ยว

2.5 ภูมิสังคม

2.1 ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้รวบรวมประเด็นต่าง ๆ เพื่อทบทวนเนื้อหาและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา ประกอบด้วยมิติความเดิมแท้ ความเดิมแท้ของทรัพยากรท่องเที่ยวและประสบการณ์ด้านความแท้จริงของนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 มิติความเดิมแท้

ความเดิมแท้ (Authenticity) เป็นคำศัพท์ที่ได้บัญญัติขึ้นครั้งแรกโดย Martin Heidegger ที่เขียนหนังสือ Being and Time ในปี ค.ศ. 1962 ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายคลุมเครือและถูกนำมาใช้ในศาสตร์ต่างๆ เช่น จิตวิทยา การศึกษา สังคมสงเคราะห์ ศาสนา ธุรกิจ พยาบาลศาสตร์ และภูมิศาสตร์ (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

ในปี ค.ศ. 1970-1990 ประเด็น “ความเดิมแท้” ได้นำมาถกเถียงในวงการวิชาการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากสังคมมีความทันสมัยมากขึ้นทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางสังคม ความเดิมแท้ถูกทำลาย (Trilling, 1972 & Cohen, 1988) พร้อมกับการสร้าง “ความเดิมแท้แบบจัดฉาก (Staged Authenticity)” ขึ้นมาแทน หรือเรียกว่า “เหตุการณ์ก๊อปปี้ (Pseudo - Events)” (Boorstin, 1964) ซึ่งปราศจากความเดิมแท้ในการท่องเที่ยว (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) ทำให้ผู้คนต่างถวิลหาความเดิมแท้มากขึ้น (MacCannell, 1973 & Cohen, 1988) MacCannell (1973) เป็นคนแรกที่น่าประเด็นของความเดิมแท้มาศึกษาด้านสังคมวิทยากับการท่องเที่ยว (Belhassen, Caton, & Stewart, 2008; Hillman, n.d.; Terziyska, 2012) ทั้งนี้นักวิชาการต่างให้คำนิยามของความเดิมแท้ในบริบทของการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่การให้ความหมายของความเดิม

แท้เป็นเรื่องที่ยากและมีการต่อต้านถกเถียงในการให้ความหมายที่แตกต่างกัน (Trilling, 1974; Wang, 1999; Hillman, n.d.)

ความเดิมแท้ มาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษ “Authenticity” มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกโบราณ “Authentikos” ที่มีความหมายว่า ดั้งเดิม (Original) ของแท้ (Genuine) หรือหลักสำคัญ (Terziyska, 2012)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความเดิมแท้ โดยเน้นถึง ความเดิมแท้ ของจริงดั้งเดิม (Sharpley, 1994; Wang, 1998; Theobald, 1998; Gilmore & Pine, 2007; Belhassen, Caton, & Stewart, 2008; เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) ความเป็นเนื้อแท้ ธรรมชาติ จริ่งใจ (Gilmore & Pine, 2007) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Smith & Duffy, 2003; Gilmore & Pine, 2007) หรือ เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับอดีต ประวัติศาสตร์ ที่สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีอยู่จริงตามธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา (Urry, 1991; Smith & Duffy, 2003)

ต่อมา Gilmore & Pine (2007) ได้ให้สัจพจน์ในการวิเคราะห์ความเดิมแท้ของสินค้าให้กับธุรกิจต่าง ๆ โดยกำหนดขอบเขตของความเดิมแท้ของสินค้าแต่ละประเภทเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดังนี้

“ถ้าคุณเป็นของแท้ คุณไม่จำเป็นต้องบอกว่าคุณเป็นของแท้

ถ้าคุณบอกว่า คุณเป็นของแท้ คุณต้องดีกว่าของแท้

มันเป็นสิ่งที่ย่ายในการเป็นของแท้ ถ้าคุณไม่บอกว่าคุณเป็นของแท้

มันเป็นสิ่งที่ย่ายในการเสนอของแท้ ถ้าคุณยอมรับว่า พวกเขาเป็นของแท้”

ต่อมา Wang (1999) ได้นำแนวคิดความเดิมแท้ (Authenticity) มาประยุกต์ใช้ในวงวิชาการท่องเที่ยว โดยเสนอประเภทของการเข้าถึงความเดิมแท้ในประสบการณ์ท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทตามลักษณะความแตกต่างของความเดิมแท้ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ประเภทของความเดิมแท้ในการท่องเที่ยว
ที่มา : Wang (1999)

Wang (1999) ได้อธิบายความเดิมแท้ในประสบการณ์ท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนทางออกที่ทำให้ผู้คนในสังคมได้ใช้ประสบการณ์เพื่อแสวงหาความเดิมแท้ เพราะสังคมสมัยใหม่ทำลายความดั้งเดิมให้สูญหายไป (Wang, 1999) การท่องเที่ยวจึงเป็นหนทางในการนำความเดิมแท้ของสังคมกลับมา (Olsen, 2002) ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของ Wang (1999) เป็นแกนหลักในการศึกษาความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยแบ่งความเดิมแท้ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1.1 ความเดิมแท้ที่สัมพันธ์กับวัตถุ (Object-Related Authenticity)

2.1.1.1 ความเดิมแท้ของวัตถุ (Objective Authenticity)

ความเดิมแท้ มีความหมายที่สื่อถึงความดั้งเดิม เดิมแท้ เก่าแก่ ความเป็นธรรมชาติ โดยที่ไม่มีการดัดแปลงใด ๆ แสดงถึงความสัมพันธ์กับวัตถุทางการท่องเที่ยว (Toured Object) ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ จำต้องได้และรับรู้ถึงความเดิมแท้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wang (1999) ที่ระบุว่า ความเดิมแท้ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุเป็นความเดิมแท้ในตัววัตถุที่มีความดั้งเดิม และ Terziyska (2012) ได้เพิ่มเติมแนวคิดของ Wang (1999) กล่าวคือ ความเดิมแท้ของวัตถุเป็นสิ่งที่ติดมากับวัตถุอยู่แล้ว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัตถุด้วย อย่างไรก็ตาม นักวิชาการมองว่า ความเดิมแท้ของวัตถุไม่ได้ประเมินจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่เป็นการประเมินให้มีความเดิมแท้จากผู้เชี่ยวชาญ (Reisinger & Steiner, 2006)

ในขณะที่ผู้คนยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernist) ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของวัตถุอย่างมาก (Reisinger & Steiner, 2006) เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถสร้างความไม่แท้จริงให้ดูเหมือนของจริงได้ผ่านเทคนิคนำเสนอและเครื่องมือในการสื่อความหมายที่ทันสมัย (Fjellman, 1992) ผู้คนในยุคนี้ดำเนินชีวิตอยู่ในความเหนือจริงและอยู่ในโลกของจินตนาการ ดังตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ Disneyland และ Disney World (Eco, 1986) ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถยอมรับความไม่เดิมแท้ได้ โดย Cohen (1998) เชื่อว่า นักท่องเที่ยวสมัยใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้หรือความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อกระบวนการทำให้เป็นสินค้า ความเดิมแท้จากสิ่งที่เห็นจะยังคงอยู่ในสายตาของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวจึงเข้าใจการทำสินค้าทางวัฒนธรรมสามารถสร้างและเพิ่มความหมายใหม่ต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวได้ (Cohen (1998) ทั้งนี้ Reisinger & Steiner (2006) ได้สนับสนุนแนวคิดของ Cohen (1988) โดยเสนอแนวคิดให้ละทิ้งการให้นิยามควบคุม หรือให้ความหมายของความเดิมแท้ในตัววัตถุ เนื่องจากความเดิมแท้เป็นแนวคิดบนฐานทางสังคม จริยธรรม และเหตุผล ดังนั้น ควรปล่อยให้ความเดิมแท้ของวัตถุเป็นไปตามสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ แต่ Hillman (n.d.) และ McCannell (1976) เน้นย้ำความสำคัญของวัตถุต่อความเดิมแท้ในการศึกษาทางสังคมวิทยาการท่องเที่ยวที่ยังคงศึกษาอย่างต่อเนื่องในยุคหลังสมัยใหม่

2.1.1.2 ความเดิมแท้จากการสร้างความหมาย (Constructive Authenticity)

Eco (1986) กล่าวว่า ความเดิมแท้ไม่ได้เป็นประวัติศาสตร์แต่เป็นสิ่งที่มองเห็นได้และในบางครั้งสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นอาจดูเหมือนของจริงเพราะสิ่งนั้นเป็นของจริง เนื่องจากการทำวัตถุซ้ำให้ดูจริงมากกว่าของจริง (Castéran & Roederer, 2013) ดังนั้น การรับรู้

ความเดิมแท้ในบริบทการท่องเที่ยวไม่ได้พิจารณาจากลักษณะของวัตถุเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ที่ได้จากการกระบวนการสื่อความหมาย (Taylor, 2001) ทั้งนี้ กระบวนการสื่อความหมายต้องอาศัยการตีความจากกระบวนการสร้างทางสังคม (Social Construction) หรือเรียกว่า การตีความทางสังคม (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) โดย Wang (1999) เรียกความเดิมแท้ประเภทนี้ว่า ความเดิมแท้จากการสร้างความหมาย (Constructive Authenticity)

ความเดิมแท้จากการสร้างความหมายอยู่บนฐานของทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivist Theory) มีรากฐานจากปรัชญาและจิตวิทยา ซึ่งแก่นของทฤษฎีดังกล่าว คือ เน้นการสร้างความรู้ด้วยตนเองอย่างมีความหมายจากประสบการณ์ โดยการปฏิสัมพันธ์กับวัตถุหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งนั้น (Constructivist, 2013) ความเดิมแท้ลักษณะนี้จึงเป็นความเดิมแท้จากการสร้างความหมายที่นักปรัชญามองว่า ความเดิมแท้เป็นผลิตภัณฑ์ของการสร้างทางสังคมที่นำไปสู่ความรู้สึทางจิตใจ (จิตวิสัย) และเกิดการต่อรองความหมายต่อสิ่งนั้น (Mkono, 2012) ต้องอาศัยสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย เรียกว่า ความเดิมแท้เชิงสัญลักษณ์ ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Symbolic Authenticity (Wang, 1999)

การตีความของความเดิมแท้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้เกิดความรู้สึนึกคิดต่อวัตถุนั้น ได้แก่ ความรู้ที่มีอยู่ ความเชื่อ ความคาดหวัง จินตภาพ ภาพต้นแบบ ความชื่นชอบและอำนาจ (Bruner, 1994; Wang, 1999; Grayson & Martinec, 2004; Reisinger & Steiner, 2006; Terziyska, 2012; Castéran & Roederer, 2013; Mkono, 2012) โดย Grayson & Martinec (2004) อธิบายว่า ผู้รับมีความรู้ที่มีอยู่เดิมเพื่อมาประกอบเป็นภาพในใจ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้เห็นจริงด้วยความรู้สึของตนเองว่ามีความเดิมแท้หรือไม่ ทั้งนี้ Bruner (1994) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า ความเดิมแท้ของวัตถุ เกิดจากอำนาจการสั่งการให้วัตถุที่สร้างขึ้นใหม่เป็นสิ่งที่ได้รับรองว่าเป็นของแท้ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้ ความเดิมแท้จึงเป็นผลจากการตีความและการการสร้างความหมายของแต่ละบุคคล (Wang, 1999) ดังที่ Schwandt (1994) กล่าวว่า ความรู้และความจริงถูกสร้างขึ้นได้ ไม่ได้เป็นสิ่งที่ค้นพบในจิตใจ การตีความหมายของความเดิมแท้จึงมีความแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

ในบริบทของการท่องเที่ยว ประเภทของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตีความหมายของความเดิมแท้ของวัตถุ ทำให้นักท่องเที่ยวมีมุมมองและรับรู้ต่อวัตถุนั้นแตกต่างกัน (Cohen, 1988; Wang, 1999; Reisinger & Steiner, 2006) นอกจากนี้ ความเป็นเชื้อชาติยังส่งผลต่อการรับรู้ความเดิมแท้ ดังที่ Belhassen, Caton, & Stewart (2008) กล่าวว่า ความเดิมแท้ที่นักท่องเที่ยวรับรู้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่บ้านของนักท่องเที่ยว มากกว่าคุณภาพความเดิมแท้ของวัตถุ ส่วนภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความสำนึกต่อถิ่นที่ (Sense of Place) ยังส่งผลต่อการรับรู้ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวเช่นกัน เพราะบริบทของสถานที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและยอมรับความเดิมแท้ เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งประกอบกับความเดิมแท้เป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาสามารถต่อรองความหมายได้ตามบริบท (Cohen, 1998; Wang, 1999; Jamal & Hill, 2007; Belhassen, Caton, & Stewart, 2008) ซึ่งเรียกความเดิมแท้ประเภทนี้ว่า “ความเดิมแท้แบบค่อยเป็นค่อยไป (Emergent Authenticity)”

ความเดิมแท้แบบค่อยเป็นค่อยไป (Emergent Authenticity) เป็นแนวคิดที่ลึ้นโหลที่มีการเปลี่ยนแปลงจากระยะเวลา กล่าวคือ สินค้าทางการท่องเที่ยวในช่วงเริ่มแรกถูกประเมินว่าไม่มีความเดิมแท้ เมื่อเวลาผ่านไป เมื่อสิ่งนั้นสามารถเข้าไปแทรกซึมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งนั้นอาจได้รับการยอมรับว่ามีความเดิมแท้ได้ในอนาคต ซึ่งมีความสัมพันธ์กับแนวคิดประเพณีประดิษฐ์ (Invention of Tradition) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความเดิมแท้ของสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่เหมาะสม (Cohen, 1998) จึงกล่าวได้ว่า เวลามีผลต่อการสร้างความหมายต่อความเดิมแท้ให้กับวัตถุที่เกิดขึ้นในจิตใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ดังที่ Jamal & Hill (2007) ได้นำระยะเวลาและพื้นที่เป็นตัวชี้วัดความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย

2.1.2 ความเดิมแท้สัมพันธ์กับกิจกรรม (Activity - Related Authenticity)

ความเดิมแท้สัมพันธ์กับกิจกรรมเป็นความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์หรือการทำกิจกรรมหนึ่ง ๆ ซึ่งเป็นความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นจริงตามสถานการณ์นั้น ๆ จึงเรียกว่า ความเดิมแท้ที่มีอยู่ (Existential Authenticity) เป็นแนวคิดบนฐานปรัชญาที่มุ่งศึกษา “ความจริงแท้ตามสภาพจริงที่มีอยู่” เรียกว่า ภาววิทยา (Ontology) ที่ว่าด้วยความจริงในธรรมชาติและการดำรงอยู่ (บรรเจิด วิโรจน์วุฒิกุล, ม.ป.ป.) เป็นการมองความจริงตามบริบทของสังคม และเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางการเมือง (Wang, 1999) ทำให้ปัจเจกชนรับรู้ความจริงแตกต่างกันตามภาววิทยาและการสร้างเหตุผล (กุหลาบ รัตนสังธรรม, 2555) ความแท้จริงที่มีอยู่เป็นสภาวะของความเป็นตัวตนที่แท้จริงของแต่ละบุคคล แต่ในสังคมตะวันตกสมัยใหม่ บุคคลกลับสูญเสียความแท้จริงด้วยสาเหตุของกฎระเบียบของสาธารณะและพื้นที่สาธารณะ สังคมจึงไม่มีความแท้จริงและหลอกลวง (MacCannell, 1976) โดยเฉพาะการปราศจากความจริงใจของคนในสังคม (Berger, 1973) เนื่องจากพื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ในโลกสังคมที่ปัจเจกชนมาพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้อย่างเสรี ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและนำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของสาธารณชน (กุสุมา ภูใหญ่, 2556) ความจริงแห่งตัวตนจึงสูญหายไป

การท่องเที่ยว ได้ถูกนำมาเป็นหนทางในการค้นหาความหมายของความเดิมแท้ให้กลับคืนสู่ภาวะแห่งตัวตนอีกครั้ง (Wang, 2000, & Steiner & Reisinger, 2006) ด้วยความเชื่อมั่นว่า ความเป็นจริงและความแท้จริงมีอยู่ทุกแห่ง (MacCannell, 1976) และสามารถนำกลับมาในช่วงเวลาสั้นๆของการท่องเที่ยว (Olsen, 2002) ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเป็นความแท้จริงที่มีอยู่ เพราะกระบวนการของการท่องเที่ยวที่กระทำโดยนักท่องเที่ยว มีศักยภาพในการสร้างความแท้จริงให้เกิดขึ้นต่อภาวะอัตวิสัย (Subjectivity) ของแต่ละบุคคล หรือภาวะอัตวิสัยซึ่งกันและกัน ความจริงแท้ จึงได้มาจากการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Wang, 1999) ทั้งนี้ เกิดประเด็นคำถามที่น่าสนใจว่า เราจะรู้ตัวตนได้อย่างไรว่าสภาวะที่เป็นอยู่เป็นจริงหรือปลอม Wang (1999) จึงอธิบายว่า อุดมการณ์ของความแท้จริงแสดงออกมาในลักษณะของการถวิลหาอดีต (Nostalgia) หรือจินตนิยม (Romanticism) อย่างใดอย่างหนึ่ง การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ปัจเจกชนได้หลีกเลี่ยงจากบทบาทในชีวิตประจำวัน เพราะการท่องเที่ยวมีความเป็นไปตามธรรมชาติ มีอิสระ มีความกดดันและความกังวลน้อย ในขณะเดียวกัน รูปแบบการท่องเที่ยวยังมีบางประเด็นที่มีความกดดันและไม่มีความเป็นอิสระเสรี เช่น ความกดดันจากตารางการเดินทาง รายการเดินทาง หรือสถานะทางการเงิน จึง

เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงประสบการณ์ได้อย่างแท้จริง (Dann, 1999) โดย Wang (1999) กล่าวเพิ่มเติมว่า แนวคิดความเต็มแท้ของตัวตนอยู่บนฐานของความสมดุลระหว่างเหตุผลกับอารมณ์ ข้อจำกัดของตนเองกับความเป็นไปตามธรรมชาติ และหลักความจริงกับหลักความพอใจ เพื่อนำมา ค้นหาความหมายของความเต็มแท้ของตนเอง อย่างไรก็ตาม เมื่อความไม่สมดุลเกิดขึ้นด้วยปัจจัยต่างๆ ความไม่แท้จริงก็อาจจะไม่เกิดขึ้นเช่นกัน

ทั้งนี้ ความเต็มแท้ที่มีอยู่จะเกิดขึ้นในพื้นที่กึ่งกลาง (Liminal Zone) ที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ชั่วคราว (Graburn, 1983; Wang, 1999, & Kim & Jamal, 2007) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจความเต็มแท้ของตัวตนได้ เพราะนักท่องเที่ยวจะระงับพื้นที่ชั่วคราวในพื้นที่ที่เต็มไปด้วยกฎระเบียบและบรรทัดฐานทางสังคมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวแบบกึ่งกลาง นักท่องเที่ยวจึงมีอิสระในความเป็นตัวเอง (Kim & Jamal, 2007) ด้วยเหตุนี้ พื้นที่อยู่ห่างไกลจากความกดดันทางสังคม เช่น กฎระเบียบ ภาระหน้าที่การงาน จรรยาบรรณในการทำงาน และความต้องการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เคยทำเป็นประจำในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Graburn, 1983, & Shield, 1991) จึงเป็นหนทางในการค้นหาความเต็มแท้โดยผ่านรูปแบบการท่องเที่ยว เมื่อถึงเวลาหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพร้อม นักท่องเที่ยวจะกลับมาปรับตัวภายใต้ความรับผิดชอบตามกฎหมายทางสังคมอีกครั้งและดำเนินชีวิตเหมือนที่ผ่านมา (Wang, 1999)

อย่างไรก็ตาม ความเต็มแท้จากประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวยังคงเป็นที่ยอมรับ (Steiner & Reisinger, 2006; Kim & Jamal, 2007, & Belhassen, Caton, & Stewart, 2008) โดย Wang (1999) ได้แบ่งความเต็มแท้ที่ได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวเป็น ความแท้จริงภายในตัวบุคคล (Intra - Personal Authenticity) และความแท้จริงระหว่างบุคคล (Inter - Personal Authenticity)

1) ความเต็มแท้ภายในตัวบุคคล (Intra - Personal Authenticity)

ความเต็มแท้ภายในตัวบุคคล เป็นความรู้สึกที่แสดงออกทางร่างกาย (Bodily Feeling) และการสร้างตนเอง (Self - Making) ด้านความแท้จริงที่รู้สึกทางร่างกาย การท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างประสบการณ์ทางกายที่แท้จริงเฉพาะบุคคล กล่าวคือ ความสุขทางอารมณ์ ความรู้สึกและแรงกระตุ้นทางกายอื่นๆ มีส่วนสร้างความต้องการทางร่างกายอย่างยั่งยืน (Wang, 1999) เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นความสำราญใจของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความสนุกสนาน สดชื่น พ้นพुरुषกาย ประทับใจ หรือตื่นเต้น (Cohen, 1979; Wang, 1999) ความรู้สึกที่แท้จริงจึงเกิดขึ้นจากปัจจัยที่ไม่มีเหตุผลคือ อารมณ์ ความรู้สึกทางกายและความเป็นไปตามธรรมชาติ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีเหตุผล คือ บรรทัดฐานและกฎระเบียบทางสังคม กระตุ้นให้ความไม่แท้จริงเกิดขึ้นในจิตใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่การสร้างตนเอง (Self-Making) เป็นความซับซ้อนและซ่อนอยู่ในแรงจูงใจของการเดินทาง การผจญภัยหรือการทำสิ่งที่ท้าทายมีส่วนในการสร้างโอกาสหรือขดเชยสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สูญเสียความเต็มแท้จากสังคม จึงทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่แท้จริงให้กับตนเอง (Turner, 1991; Wang, 1999, & Kim & Jamal, 2007) ทั้งนี้ ความรู้สึกแท้จริงจะเกิดขึ้นในระยะเวลาสั้น ๆ และสร้างประสบการณ์สุดโต่งให้กับนักท่องเที่ยว (Wang, 1999)

2) ความเดิมแท้ระหว่างบุคคล (Inter – Personal Authenticity)

ความเดิมแท้ระหว่างบุคคล เริ่มจากความสัมพันธ์ของสายใยครอบครัวที่เกิดจากการทำกิจกรรมร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวในรูปแบบการท่องเที่ยวกับครอบครัว ถือว่าเป็นแหล่งกำเนิดความรู้สึกที่แท้จริงได้ เพราะกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวสร้างโอกาสในการสานความสัมพันธ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นความผูกพันที่แน่นแฟ้นและแท้จริง ดังที่ Rousseau กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูกคือความแท้จริงที่สุด (Wang, 1999) และนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาอัตลักษณ์ตัวตนที่แท้จริง (Identity) ในเวลาและสถานที่ (Time & Space) ที่ทำกิจกรรมร่วมกัน (Cater, 2008) ส่วนเขตแดนของนักท่องเที่ยว (Touristic Communitas) เป็นพื้นที่เฉพาะของนักท่องเที่ยวที่หลีกหนีจากความกดดันในชีวิตประจำวัน ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้สึกหรือความต้องการที่เหมือนกัน นักท่องเที่ยวจึงมีความมั่นใจและปลอดภัยมากขึ้น เนื่องจากมีความรู้สึกถึงความเท่าเทียมของสังคม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจึงเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกันเองที่มาจากการทำกิจกรรมร่วมกัน Cater (2008) เรียกสถานการณ์เช่นนี้ว่า การเริ่มต้นจากรอยขีดข่วน (Start From Scratch)

Steiner & Reisenger (2006) ได้อธิบายความเดิมแท้ที่มีอยู่ที่ได้จากประสบการณ์ท่องเที่ยว โดยประยุกต์แนวคิดของนักปรัชญา Heidegger (1996) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความเป็นตัวตน (Mineness) ของตนเอง เพราะความเป็นตัวตนทำให้นักท่องเที่ยวต้องการค้นหาความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นในจิตใจเพื่อตีความของสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีความเด็ดเดี่ยว (Resoluteness) ที่จะหลีกหนีจากความวุ่นวายหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ และรู้แนวทางว่าจะปฏิบัติตนอย่างไรในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ความเดิมแท้ของประสบการณ์จึงเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Unique Situation) ที่มีคุณค่าในตัวเองและทำให้นักท่องเที่ยวมีความสุขและสนุกต่อการเดินทาง

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเปรียบเหมือนทางออกที่ทำให้ผู้คนในสังคมได้ใช้ประสบการณ์เพื่อแสวงหาความแท้จริง เพราะสังคมสมัยใหม่ทำลายความดั้งเดิมให้สูญหายไป (Wang, 1999) การท่องเที่ยวจึงเป็นหนทางในการนำความเดิมแท้ของสังคมกลับมา (Olsen, 2002) ซึ่งมีมิติความเดิมแท้สามารถแบ่งเป็น 2 มิติ คือ ความเดิมแท้ที่สัมพันธ์กับวัตถุและความเดิมแท้ที่สัมพันธ์กับกิจกรรม ซึ่งมีมิติความเดิมแท้ที่สัมพันธ์กับวัตถุ เป็นความเดิมแท้ที่พิจารณาความเดิมแท้จากวัตถุนั้น ๆ ว่าเป็นของแท้ ดั้งเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด และความเดิมแท้จากการสร้างความหมาย ซึ่งเป็นความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างทางสังคม การสั่งสมประสบการณ์ การเรียนรู้ ภาพลักษณ์ ตลอดจนความรู้ ความสามารถของแต่ละบุคคลที่มีความรู้สึกต่อวัตถุนั้น ส่วนมิติความเดิมแท้ที่สัมพันธ์กับกิจกรรม เป็นความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นโดยไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุใดๆ ทั้งสิ้น แต่เป็นความเดิมแท้จากการปฏิสัมพันธ์ การลงมือทำกิจกรรมนั้น ๆ ก่อให้เกิดความเดิมแท้ทั้งระดับปัจเจกหรือความเดิมแท้ภายในตัวบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งความเดิมแท้จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

2.1.2 ความเดิมแท้ของทรัพยากรท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ในฐานะของทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่าและมีความหมาย Urry (1991) กล่าวว่า การค้นหาความเดิมแท้ของทรัพยากรท่องเที่ยวต้องเกี่ยวข้องกับรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับอดีต เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ นักท่องเที่ยวสมัยใหม่ต่างแสวงหาความแท้จริงที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน โดยเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับบ้านด้วยประสบการณ์ที่ตนเองคุ้นเคยจากการใช้ชีวิตแบบเดิมที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ (Littrell, Anderson & Brown, 1993) ดังนั้น การประเมินความเดิมแท้ของทรัพยากรจึงต้องมีเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ในฐานะทรัพยากรการท่องเที่ยว

Feilden & Jokilehto (1998) & UNESCO (2009) กล่าวว่า การประเมินหรือการตรวจสอบความเดิมแท้จะต้องมีเกณฑ์ที่ชัดเจน เนื่องจากแนวคิดความเดิมแท้ในระยะเริ่มแรกเป็นแนวคิดแบบตะวันตก (Western Perspective) ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เกณฑ์สำหรับประเมินความเดิมแท้ที่ปรากฏในกฎบัตรและเอกสารระดับนานาชาติฉบับต่าง ๆ ในระยะแรก ๆ จึงเน้นลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมเท่านั้น (Kwanda, 2008) โดยเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ได้ปรากฏเป็นครั้งแรกในข้อเสนอแนะปฏิบัติการสำหรับการขึ้นทะเบียนมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (Operational Guidelines for Implementation of the World Heritage Convention) ขององค์การยูเนสโกเมื่อ ค.ศ.1977 ในมาตราที่ 7 และมาตราที่ 9 ได้กล่าวถึงเกณฑ์สำหรับการตรวจสอบความเดิมแท้ (Test of Authenticity) ของมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก 4 เกณฑ์ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์ประเมินความเดิมแท้ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมโดยองค์การยูเนสโก

เกณฑ์ประเมินความเดิมแท้	ความหมาย	วัตถุประสงค์ของการดำเนินการ
1) ความเดิมแท้ด้านการออกแบบ	ลักษณะการออกแบบทางศิลปะ สถาปัตยกรรม วิศวกรรมหรือการใช้สอยของมรดกทางวัฒนธรรมและบริบท รวมถึงคุณค่าที่เป็นความทรงจำ/อนุสรณ์ ซึ่งสัมพันธ์กับความเดิมแท้ด้านการออกแบบ	- รักษาวัสดุและโครงสร้างดั้งเดิมของการออกแบบ - เก็บรักษาให้มรดกทางวัฒนธรรมอยู่ในตำแหน่งหรือสถานที่ที่ตั้งดั้งเดิมหรือเหมาะสม
2) ความเดิมแท้ด้านวัสดุ	คุณค่าที่สัมพันธ์กับลักษณะทางกายภาพดั้งเดิมสสาร/วัสดุของมรดกทางวัฒนธรรม	- ยึดช่วงชีวิตของวัสดุหรือโครงสร้างดั้งเดิม - เก็บรักษาให้มรดกทางวัฒนธรรมอยู่ในตำแหน่งหรือสถานที่ที่ตั้งดั้งเดิมหรือเหมาะสม - รักษาร่องรอยหรือคุณค่าแห่งยุคสมัย - เก็บรักษาร่องรอยทางประวัติศาสตร์การใช้สอยหรือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เกณฑ์ประเมิน ความเดิมแท้	ความหมาย	วัตถุประสงค์ของการดำเนินการ
3) ความเดิมแท้ ด้านฝีมือเชิงช่าง	วัสดุเดิมแท้ที่มาจากฝีมือเชิงช่างในการ สร้างสรรค์มรดกทางวัฒนธรรมต่างๆ	- ยึดช่วงชีวิตของวัสดุหรือส่วนประกอบ ดั้งเดิมที่แสดงให้เห็นถึงฝีมือเชิงช่าง - ปกป้องไม่ให้มีการนำวัสดุร่วมสมัยมาใช้ แทนที่
4) ความเดิมแท้ ด้านตำแหน่ง	ความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทาง วัฒนธรรมและบริบททางกายภาพรวมถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่มีมนุษย์สร้าง ขึ้นกับบริบททางสิ่งแวดล้อม	- เน้นการอนุรักษ์เชิงบูรณาการ - เน้นการอนุรักษ์บริบท

(ปรับปรุงจาก Feilden & Jukka Jokilehto, 1998 & เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

ต่อมาในปี ค.ศ. 2001 ผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์และนักวิชาการจากการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ เมืองฮอยอัน ประเทศเวียดนาม ได้ร่วมกันออกบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอันซึ่งเสนอเกณฑ์สำหรับการประเมินความเดิมแท้ในลักษณะเมตริกของมิติความเดิมแท้ 4 เกณฑ์ คือ ตำแหน่งและสถานที่ รูปแบบและการออกแบบ หน้าที่และการใช้สอยและคุณสมบัติทางนามธรรม เนื่องจากบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอัน ยังคงเน้นย้ำแนวคิดความเดิมแท้ที่ได้เสนอไว้ในกฎบัตรเวนิซ (Venice Charter) กฎบัตรบูร์ (Burra Charter) และเอกสารการประชุมเมืองนารา (Nara Document) จึงทำให้เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ดังกล่าวมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับเกณฑ์ที่เสนอในเอกสารการประชุมเมืองนารา (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) อย่างไรก็ตาม ในบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอันพบการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย คือ ลำดับของเกณฑ์การประเมินที่นำตำแหน่งและสถานที่ขึ้นเป็นเกณฑ์อันดับแรก และใช้คุณสมบัติทางนามธรรม เพื่อใช้เรียกแทนเกณฑ์ด้านจิตวิญญาณและความรู้สึก ดังนั้น เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ในบันทึกข้อตกลงฮอยอัน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานวัดความเดิมแท้เสนอในบันทึกข้อตกลงเมืองฮอยอัน (Hoi An Protocols)

มิติของความเดิมแท้ (Dimensions of Authenticity)			
ตำแหน่งและสถานที่	รูปแบบและการ ออกแบบ	หน้าที่และการใช้สอย	คุณสมบัติทาง นามธรรม
-สถานที่ -ตำแหน่ง -ความสำคัญถึงสถานที่ -พื้นที่แวดล้อม -ภูมิประเทศและภูมิทัศน์ -สิ่งแวดล้อม -องค์ประกอบที่มีชีวิต	-การจัดวางระยะ -การออกแบบ -วัสดุ -ทักษะฝีมือเชิงช่าง -เทคนิคการก่อสร้าง -วิศวกรรม	-การใช้สอย -ผู้ใช้ -ความสัมพันธ์ -การเปลี่ยนแปลงลักษณะ การใช้แต่และช่วงเวลา -ผลกระทบของการใช้	-ความงามทางศิลปะ -คุณค่า -จิตวิญญาณ -ผลกระทบต่ออารมณ์ - บริบททางศาสนา -ความสัมพันธ์ทาง ประวัติศาสตร์

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

มิติของความเดิมแท้ (Dimensions of Authenticity)			
ตำแหน่งและสถานที่	รูปแบบและการ ออกแบบ	หน้าที่และการใช้สอย	คุณสมบัติทาง นามธรรม
-ระดับความต้องการพื้นที่	-การเชื่อมโยงกับ คุณสมบัติอื่นๆหรือ สถานที่	-การใช้สอยที่ตอบสนอง กับสิ่งแวดล้อม -การใช้สอยที่ตอบสนอง กับบริบทของ ประวัติศาสตร์	-เสียง กลิ่นและรสชาติ -ขบวนการในการ สร้างสรรค์

(ปรับปรุงจาก เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

สรุปได้ว่า เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้สำหรับการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยาวนานนับตั้งแต่การประชุม ณ เมืองนารา ประเทศญี่ปุ่นเป็นต้นมา โดยเอกสารต่าง ๆ ได้เสนอจำนวนเกณฑ์สำหรับการประเมินความเดิมแท้แตกต่างกัน ส่วนใหญ่กำหนดให้รูปแบบและการออกแบบ วัสดุและเนื้อหา หน้าที่และการใช้สอยรวมทั้งตำแหน่งและสถานที่เป็นเกณฑ์สำหรับการประเมินความเดิมแท้ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ขึ้นใหม่เพื่อให้สามารถใช้ครอบคลุมกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555) ได้สรุปเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ดังกล่าวซึ่งเป็นแนวคิดการอนุรักษ์แบบตะวันตกมีข้อจำกัด คือ ใช้ได้เฉพาะกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้เท่านั้น ไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมตามแบบตะวันตกซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ด้วย นอกจากนี้ การประเมินความเดิมแท้จะต้องใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายจำนวนมาก ซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งข้อมูลด้านต่าง ๆ คือ รูปแบบและการออกแบบ วัสดุและเนื้อหา หน้าที่และการใช้สอย ประเพณีและวิธีการต่าง ๆ ตำแหน่งและสถานที่จิตวิญญาณและความรู้สึก และปัจจัยภายในและภายนอกอื่น ๆ ร่วมกับมิติเฉพาะด้านต่าง ๆ คือ มิติทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ สังคมและวิทยาศาสตร์ ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 พัฒนาการของเกณฑ์ประเมินความเดิมแท้จากเอกสารต่างๆ

World Heritage Operational Guidelines(1977)	Nara Document (1994)	World Heritage Operational Guidelines(2005)	Hoi An Protocols (2009)
- การออกแบบ - วัสดุ -ฝีมือเชิงช่าง - ตำแหน่ง	- รูปแบบและการออกแบบ - วัสดุและเนื้อหา - ประเพณี วิธีการต่างๆและฝีมือเชิงช่าง - หน้าที่และการใช้สอย	- รูปแบบและการออกแบบ - วัสดุและเนื้อหา - หน้าที่และการใช้สอย	- ตำแหน่งและสถานที่ - รูปแบบและการออกแบบ - หน้าที่และการใช้สอย

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

World Heritage Operational Guildlines(1977)	Nara Document (1994)	World Heritage Operational Guildlines(2005)	Hoi An Protocols (2009)
	- ตำแหน่งและสถานที่ - จิตวิญญาณและความรู้สึก	- ประเพณี วิธีการต่างๆ และระบบการจัดการ - ตำแหน่งและสถานที่ - ภาษาและรูปแบบมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อื่นๆ - จิตวิญญาณและความรู้สึก - ปัจจัยภายในและภายนอกอื่นๆ	- คุณสมบัติทางนามธรรม

(ปรับปรุงจาก เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

2.1.3 ประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของนักท่องเที่ยว

2.1.3.1 มิติของประสบการณ์ท่องเที่ยว

ประสบการณ์ (Experience) เป็นเรื่องที่ถกเถียงในวงการวิชาการว่าด้วยประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามสภาพของจิตใจ เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ มีความต่อเนื่องและเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล (O'Dell, 2007)

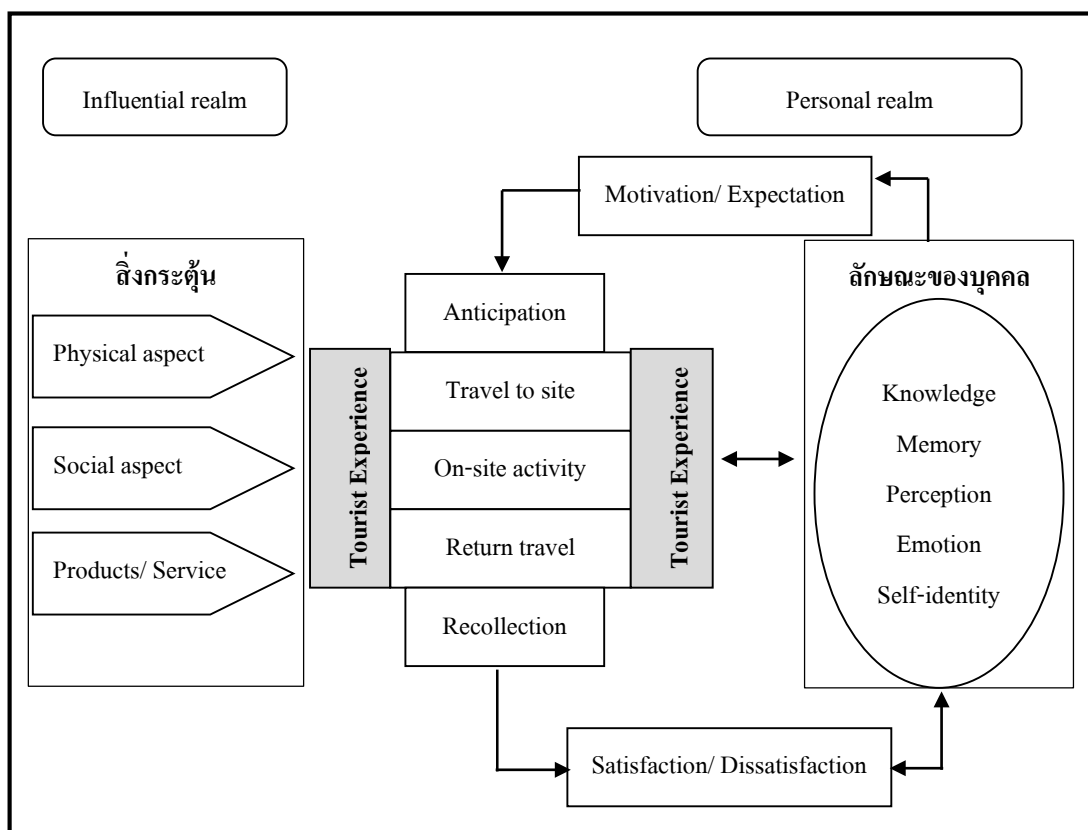
ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourist Experience) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่เกิดขึ้นในบุคคลอย่างซับซ้อน (Culter & Carmichael, 2010) เนื่องจากประสบการณ์ท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลายอย่าง (Jennings, 2006) จึงทำให้เกิดประสบการณ์ ความทรงจำ และความรู้สึกนึกคิดต่อแหล่งท่องเที่ยว (Noy, 2007) จึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน เพราะนักท่องเที่ยวเป็นบุคคลที่ทำให้เกิดประสบการณ์และแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ทำให้เกิดประสบการณ์เช่นกัน จึงเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว (On-Site Experience) (Stamboulis & Skayannis, 2003)

Clawson & Knetsch (1966) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์จากกิจกรรมในเวลาว่าง (Recreation Experience) ระบุว่า ประสบการณ์จะเกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้รับในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันตามกิจกรรมที่ทำ ซึ่งทำให้ผู้รับเกิดความรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งนั้น จึงแบ่งช่วงของการเกิดประสบการณ์เป็น 5 ช่วง โดยเริ่มจากช่วงการพิจารณาไตร่ตรอง (Anticipation) เป็นการวางแผนและการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆของการเดินทาง จากนั้นเป็นช่วงของการเดินทาง (Travel To) ไปยังจุดหมายปลายทางตามที่ได้คาดหวังไว้ เกิดเป็นช่วงของการทำกิจกรรมในสถานที่นั้น (On Site) โดยเข้าร่วมกิจกรรมตามบริบทของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อทำกิจกรรมแล้วจึงเป็นช่วงของการเดินทางกลับ (Return Travel) และในช่วงสุดท้ายเป็นช่วงของการคำนึงถึงประสบการณ์

(Recollection) ที่เกิดขึ้นจากการเดินทางครั้งล่าสุด โดยมีการบอกเล่าประสบการณ์ที่ตนเองได้รับให้แก่ผู้อื่นได้รับรู้

ประสบการณ์ท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเฉพาะบุคคลแล้ว (Pine & Gilmore, 1999; Li, 2000; & O'Dell, 2007) องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีส่วนในการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหรือการนำเสนอวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว (O'Dell, 2007) ทั้งนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดเตรียมโดยหน่วยงานทางการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการส่งเสริม ความรู้สึก พฤติกรรมและสิ่งที่แสดงออกของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างประสบการณ์ (Stuart & Tax, 2004) ทำให้ลักษณะสำคัญของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการรวมกันของกิจกรรมที่ทำด้วยความเต็มใจและประสบการณ์ระหว่างการเดินทางที่เกิดขึ้นในบุคคล โดยประสบการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมาจากองค์ประกอบหลัก เช่น สวนสนุก อารมณ์และความรู้สึก การเรียนรู้ การพักผ่อนและความหลากหลายของกิจกรรม จึงกล่าวได้ว่า องค์ประกอบหลักที่ทำให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ของอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Experience) การเรียนรู้ (Learning) การปฏิบัติ (Practical) และประสบการณ์จากการเปลี่ยนแปลง (Transformational Experience) ซึ่งประสบการณ์แต่ละคนมีความแตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะความสามารถและสิ่งที่มีอยู่ในขณะนั้น ส่งผลให้การรับรู้ถึงความสุขจากสิ่งที่ได้รับแตกต่างกันตามระยะเวลา เงิน ความรู้ ทักษะความสามารถทัศนคติและลักษณะทางสังคม (Aho, 2001) ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

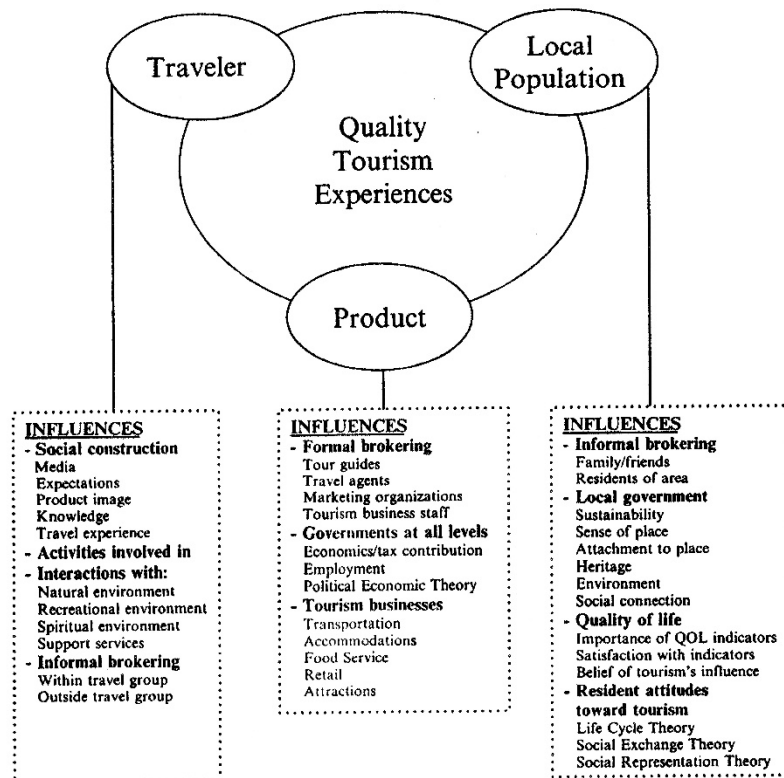
Culter & Carmichael (2010) ได้นำเสนอรูปแบบประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์จาก Clawson & Knetsch (1966) ซึ่ง Culter & Carmichael (2010) ได้ให้ความสำคัญสิ่งกระตุ้นต่อการเกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Influence Realm) และลักษณะของบุคคล (Personal Realm) เป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังภาพที่ 2.2 โดยชี้ว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยวของแต่ละคนจะเกิดขึ้นในทุกช่วงของกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด เริ่มตั้งแต่ การเดินทางท่องเที่ยว (Travel to Site) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (On-Site Activity) จนกระทั่งช่วงของการเดินทางกลับ (Return Travel) จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (พื้นที่ และองค์ประกอบต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว) สังคม (ลักษณะทางสังคม) และลักษณะของสินค้าและบริการ (คุณภาพการบริการ กิจกรรมที่มีอยู่ และประเภทสินค้าทางการท่องเที่ยว) ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน Culter & Carmichael (2010) ยังได้ระบุว่า ลักษณะของบุคคล หรือปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย การประเมินจากสิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ (Ryan, 2002) มาจากสิ่งที่อยู่ภายในของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ความทรงจำ การรับรู้ อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และลักษณะเฉพาะของบุคคล สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เกิดการระลึกถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา เช่น ความทรงจำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ที่มีต่อชุมชนและผู้คนที่เกี่ยวข้อง ความรู้ที่เกิดขึ้น และความเข้าใจในตนเองมากขึ้น และก่อให้เกิดแรงจูงใจและความคาดหวังต่อประสบการณ์ครั้งต่อไป



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดประสบการณ์นักท่องเที่ยว
ที่มา : Culter & Carmichael (2010)

Nickerson (2006) ได้อธิบายสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยว (Traveler) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) และชุมชนท้องถิ่น (Local Population) โดยองค์ประกอบเหล่านี้ถูกกระตุ้นจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการสร้างทางสังคม การต่อรองด้านความหมาย การตีความจากความหมายและสถานที่ และการสื่อความหมายของคุณภาพชีวิต (ภาพที่ 2.3)

นักท่องเที่ยว (Traveler) ถูกกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการสร้างทางสังคมที่เป็นสิ่งเร้าจากสื่อต่างๆ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ ความคาดหวัง และประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ผ่านมาเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ลงกระทำหรือปฏิบัติ ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว เพราะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่วนร่วมถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมจะเป็นตัวเชื่อมโยงต่อสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการ สภาวะทางจิตใจและการบริการ ทั้งยังเกี่ยวข้องกับคนกลางทางการท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ ทั้งนี้อาจเป็นความสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่มนักท่องเที่ยวเองหรือชุมชน หรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.3 Various Influences on Quality Tourism Experiences
ที่มา : Nickerson (2006)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยผ่านคนกลางทางการท่องเที่ยว เช่น ผู้นำเที่ยว ตัวแทนทางการท่องเที่ยว องค์การทางการตลาด หรือพนักงานที่ให้บริการท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ นอกจากนี้ ภาครัฐในทุกระดับยังเป็นสิ่งเร้าต่อคุณภาพของประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายภาษีหรือการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ การจ้างงานหรือสถานการณ์ทางการเมือง ส่วนองค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าปลีกและแหล่งท่องเที่ยวที่มีส่วนสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ชุมชนท้องถิ่น (Local Population) ประสบการณ์ท่องเที่ยวถูกกระตุ้นโดยตรงจากชุมชนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวิธีการติดต่อสื่อสารของคนในท้องถิ่นหรือการพูดคุยกับเพื่อนและครอบครัวอย่างไม่เป็นทางการ ส่วนการจัดการขององค์กรในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยการจัดการที่ยั่งยืน การสร้างความรู้สึกรักต่อสถานที่ ความผูกพันต่อสถานที่ สภาพแวดล้อมและความเชื่อมโยงกับสังคม รวมถึงทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนยังส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

จะเห็นว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและระดับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น

เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Kim, Ritchie, & McCormick (2012) ระบุว่า การมีส่วนร่วมของลูกค้ และการมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชุมชน เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ได้ประเมินความรู้สึกที่เกิดขึ้นและทำให้เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำ ส่วนนักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายในจากสิ่งที่มีอยู่ในตัวของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความคาดหวัง การสร้างทางสังคม การรับรู้จากสื่อต่างๆ และการมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกทำให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้

2.1.3.2 ประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านความเดิมแท้

การศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านความเดิมแท้ ยังเป็นที่ถกเถียงของนักวิชาการหลายท่าน Bruner (1999) ชี้ว่า ความเดิมแท้ไม่ได้เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวสามารถยอมรับจากสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่จากการลอกเลียนแบบของแท้ (Authentic Reproduction) และมีความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่พิเศษและสร้างการจดจำให้กับนักท่องเที่ยว (Ritchie & Hudson, 2009) แต่ MacCannell (2002) ชี้ว่า ความเดิมแท้ในประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคของนักท่องเที่ยวและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดในยุคนี้ ความเดิมแท้จึงเป็นตัวผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจเพื่อเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ (Kolar & Zabkar, 2010) และเป็นพื้นฐานในเรียนรู้ประสบการณ์จากสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสจากสถานที่แปลกใหม่ ความเดิมแท้จึงเป็นผลที่เกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ถูกผลักดันจากแรงจูงใจและความสนใจที่อยู่ในจิตใจของนักท่องเที่ยว (Bryce, Curran, O’Gorman, & Taheri, 2015) ดังนั้น ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดภายในตัวตนของนักท่องเที่ยวและการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ซึ่งประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์จริงทางสังคมหรือสิ่งที่ได้จากความสัมพันธ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยวหรือชุมชน โดยนักท่องเที่ยวจะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องและเหมาะสมในสถานที่นั้น ๆ

Chhabra, Healy & Sills (2003) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนำกิจกรรมของประเพณีและวัฒนธรรมมาสร้างขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในงาน Flora MacDonald Highland Games 2000 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว คือ เพศ อายุ จำนวนวัน ชุมชน สมาชิกในกลุ่ม การเยี่ยมชมเมือง Scotland และความต้องการรื้อฟื้นความทรงจำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ความเดิมแท้ของการแสดงการเต้นรำของชุมชนมากที่สุด ในขณะที่การแสดงประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับงาน Flora MacDonald Highland Games มีความเป็นของแท้น้อยมากหรือกล่าวได้ว่า มีการดัดแปลงขึ้นมาใหม่เพื่อนำเสนอต่อสายตานักท่องเที่ยว สำหรับระดับความเป็นของแท้ (Authenticity Rating) มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวมองว่าความเดิมแท้เป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ เพราะฉะนั้นโอกาสและลักษณะเฉพาะของพื้นที่ในการจัดแสดงกิจกรรม Highland Games จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพศหญิงส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มและความต้องการรื้อฟื้นความทรงจำเกี่ยวกับชาวสก็อตแลนด์มีระดับค่าใช้จ่ายมาก จึงสรุปได้ว่าระดับการรับรู้ความเดิมแท้ของกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการสร้างกิจกรรมขึ้นมาในสถานที่ที่ห่างไกลจากแหล่งดั้งเดิมของวัฒนธรรมและประเพณี

Kim & Jamal (2007) ได้ทำการศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมในเทศกาล Renaissance พบว่า ความเต็มแท้ของสิ่งที่มีอยู่ (Existential Authenticity) เป็นจุดศูนย์กลางในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมของเทศกาลอย่างจริงจัง จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อการรับรู้ของความเป็นตัวตนตามที่นักท่องเที่ยวต้องการและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้อย่างเต็มแท้ โดย Kim & Jamal (2007) ระบุว่า ความเต็มแท้ของสิ่งที่มีอยู่ (Existential Authenticity) มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวนั้น แบ่งเป็น 2 แนวคิดได้แก่

แนวคิดที่ 1 ความเต็มแท้ภายในบุคคล (Intra-Personal Authenticity) ซึ่งเป็นความรู้สึกทางร่างกาย (Bodily Feeling) ที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้จากการมีอิสรภาพจากข้อห้ามของสังคม ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความเป็นตัวตนที่เต็มแท้ นอกจากนี้ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง (Self-Making) เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการสร้างและเปลี่ยนแปลงตนเองผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวตามที่ต้องการ เพื่อหลีกเลี่ยงหรือปลดปล่อยความกดดันจากสังคม

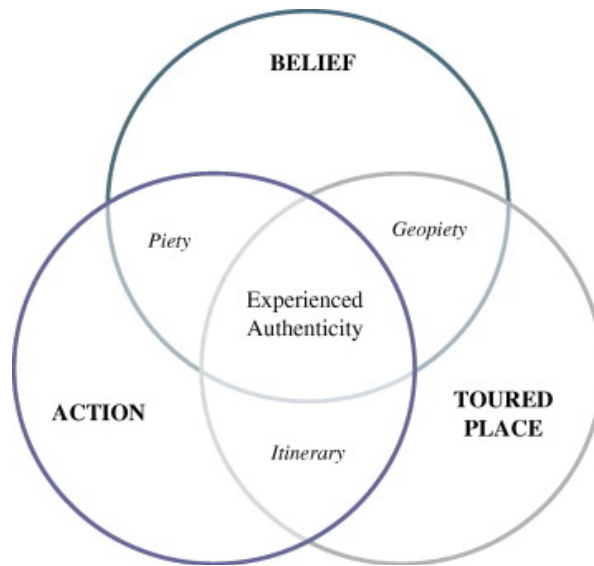
แนวคิดที่ 2 ความเต็มแท้ระหว่างบุคคล (Inter-Personal Authenticity) มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนของนักท่องเที่ยว (Touristic Communitas) ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน หรือนักท่องเที่ยวให้มีความยาวนาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและการยอมรับจากสังคมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ความเต็มแท้ของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับภายในตัวตนของนักท่องเที่ยวและปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่เต็มแท้จากสิ่งที่มีอยู่ (Existential Authenticity)

การศึกษาความเต็มแท้ของประสบการณ์จากการแสวงบุญของนักแสวงบุญในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยใช้กรอบแนวคิด Theoplacity เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดด้านการแสวงบุญ การเยี่ยมชมสถานที่และกิจกรรมของนักแสวงบุญที่มาจากความเชื่อและจิตวิญญาณเป็นพื้นฐาน โดย Belhassen, Caton & Stewart (2008) มองว่า สถานที่และความเชื่อเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบริบทด้านกายภาพและทางสังคมที่ทำให้นักแสวงบุญเข้าใจความหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญมากขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานในการเพิ่มประสบการณ์ที่เต็มแท้ที่มีอยู่ในขณะนั้น ดังภาพที่ 2.4

จากแนวคิด Theoplacity โดย Vogel (1993) (อ้างใน Belhassen, Caton และ Stewart, 2008) ได้ทำการทดสอบความเต็มแท้ของประสบการณ์จากการแสวงบุญโดยนำกระบวนการสร้างทางสังคมมาประยุกต์ใช้ พบว่า ถ้าความเคร่งครัดทางศาสนา (Piety) เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลกระทำการกิจกรรมตามความเชื่อของตนเอง ความเลื่อมใสทางศาสนาเชิงพื้นที่ (Geopietiy) จะมีผลต่อการรับรู้และอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นพื้นฐานของความเชื่อและศรัทธาของแต่ละบุคคล

จะเห็นว่า การท่องเที่ยวและการแสวงบุญเป็นกิจกรรมเชิงพื้นที่สะท้อนให้เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Toured Destination) และเข้าใจความเต็มแท้ที่มีอยู่ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wang (1999) ที่ระบุถึงความเต็มแท้ของประสบการณ์

ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุที่เป็นของแท้ นอกจากนี้ กระบวนการสร้างทางสังคมทำให้เข้าใจความหมายของวัตถุทางการท่องเที่ยว (Toured Object) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเข้าใจประสบการณ์ที่ได้รับจากกิจกรรมแสวงบุญด้วย เพราะฉะนั้น ประสบการณ์ที่เติมแท้ของนักแสวงบุญเกิดจากความเข้าใจการสร้างทางสังคมเกี่ยวกับสถานที่ที่นักแสวงบุญเข้าไปท่องเที่ยวและทำกิจกรรมในสถานที่นั้น ๆ ด้วยตนเอง

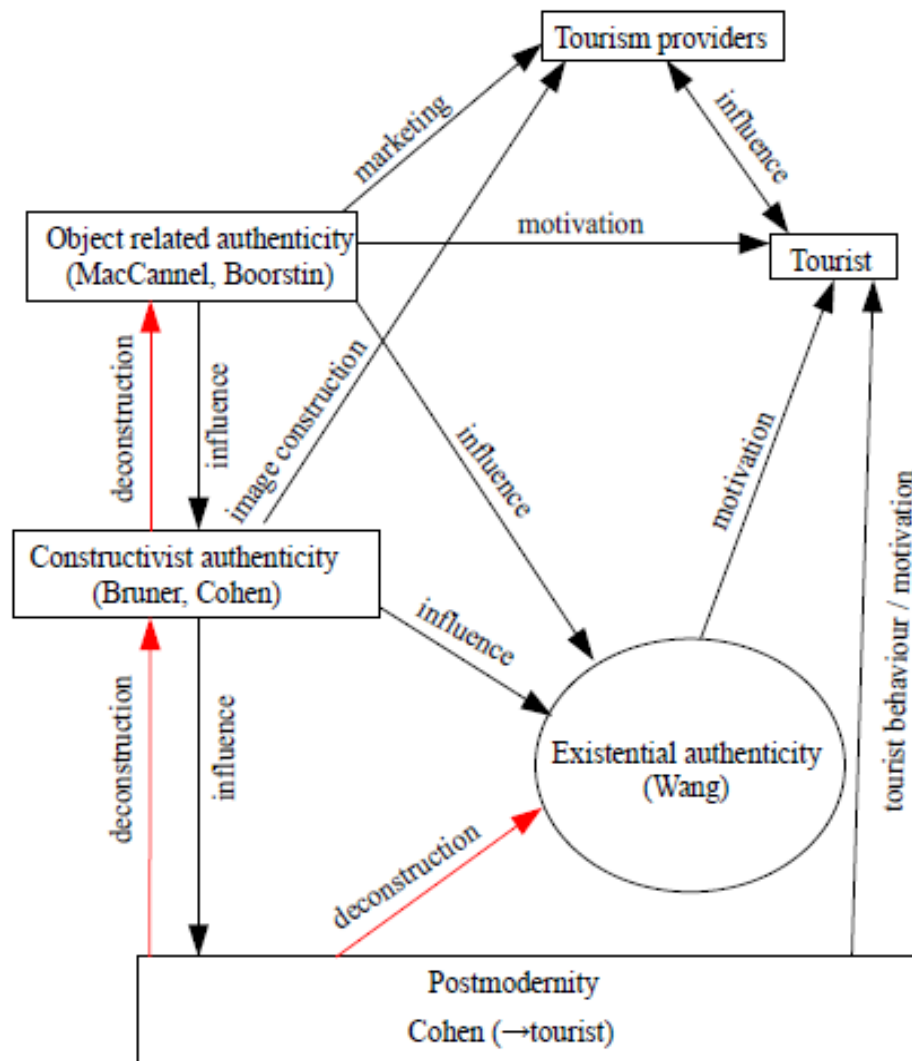


ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดความเติมแท้ของการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ
ที่มา : Belhassen, Caton & Stewart (2008)

ต่อมา Andriotis (2011) ได้ทำการศึกษาความเติมแท้ของมรดกวัฒนธรรมจากภูมิทัศน์ของการแสวงบุญ (Pilgrimage Landscape) ในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมของบายแซนไทน์ (Byzantine) ประเทศกรีซ โดยระบุลักษณะของความเติมแท้ซึ่งอ้างอิงจากงานของ Gilmore & Pine (2007) ที่ได้จากการศึกษาความเติมแท้ของประสบการณ์ของนักแสวงบุญบนเทือกเขาคัสด์ลีททางตอนบนของประเทศกรีซ พบว่า ความเติมแท้ของการแสวงบุญในสถานที่เฉพาะเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ได้จากกิจกรรมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์เฉพาะตนในสถานที่นั้น ๆ และยังเป็นการทำให้ความเชื่อและความคิดทางสังคมของบุคคลมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดย Gilmore & Pine (2007) กล่าวว่า “หากปราศจากลักษณะทางพื้นที่ การค้นหาความเติมแท้จะสูญเปล่า”

Kolar & Zabkar (2010) ได้ทดลองแบบจำลองของผู้บริโภคที่เน้นความเติมแท้เป็นตัวกลางระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมและความจงรักภักดี เพื่อศึกษารูปแบบของความเติมแท้ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีพื้นที่ศึกษาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม Romanesque จำนวน 25 แห่งในทวีปยุโรป โดย Kolar & Zabkar (2010) ระบุประเภทของความเติมแท้ของนักท่องเที่ยวมี 2 ประเภท คือ ความเติมแท้ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ (Object-Based Authenticity) และความเติมแท้ที่มีอยู่ (Existential Authenticity) โดยทั้ง 2 ประเภทมีแรงขับที่แตกต่างกัน กล่าวคือ

นักท่องเที่ยวที่แสวงหาความเดิมแท้จากวัตถุ มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ และต้องการซื้อสินค้าที่ระลึก ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ ความรู้และความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสิ่งประดิษฐ์และงานฝีมือต่าง ๆ



ภาพที่ 2.5 รูปแบบความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ที่มา : Rous & Thorn (2008)

ในภาพที่ 2.5 Rous & Thorn (2008) ได้ทำการศึกษารูปแบบความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับภาคอุปทาน คือ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว (Tourism Providers) ที่ทำการตลาดด้านความเดิมแท้ของวัตถุหรือการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจ ในขณะเดียวกัน ความเดิมแท้จากกิจกรรมถูกกระตุ้นความเดิมแท้ของวัตถุที่เป็นของเดิม ของแท้ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์ในสังคม ทำให้นักท่องเที่ยวต่างแสวงหาประสบการณ์ความเดิมแท้ที่ตนเองคุ้นชิน เพื่อสร้างความมั่นใจกลับมาอีกครั้งจากการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

ส่วนนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความเดิมแท้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม เป็นกลุ่มที่มีความต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันหรือการท่องเที่ยวที่มีคนจำนวนมาก การค้นหาตัวตนและรู้จักตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้รับประสบการณ์ในการรับรู้ความรู้สึกถึงการหลบหนีและความสนุกสนาน และรู้จักตัวตนของตนเองในสถานที่แปลกใหม่ เวลาและวัฒนธรรมที่ต่างกัน จากการศึกษา พบว่า ในฐานะที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคสินค้าท่องเที่ยวซึ่งมีการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้กับการแสวงหาความสุขจากการท่องเที่ยว ทำให้รับรู้ความเดิมแท้ของประสบการณ์ซึ่งขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวด้วย ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมทางวัฒนธรรม มีผลต่อการรับรู้ความเดิมแท้ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความรู้สึกทางร่างกายเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเดิมแท้ (Kim & Jamal, 2007) นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ที่เดิมแท้ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน (McIntosh, 2004) งานศิลปะและงานแกะสลัก ความหลากหลายของลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและอาคาร เช่น ถนน ระเบียง เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกที่เป็นงานแกะสลัก (Yu & Littrell, 2003) มีส่วนสำคัญต่อการรับรู้ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว Kolar & Zabkar (2010) ได้สรุปผลการวิจัยของตนเองว่า แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการเข้าใจความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวจากความเดิมแท้จากวัตถุ (Object-Based Authenticity) และความเดิมแท้ที่มีอยู่ (Existential Authenticity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ในรูปแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2.4 เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่อไป

ตารางที่ 2.4 เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ในรูปแบบต่าง ๆ ของประสบการณ์ท่องเที่ยว

ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Waller & Lea, 1998)	สินค้าและบริการ (Gilmore & Pine, 2007)	การท่องเที่ยวของ สก็อตแลนด์ (Yeoman et al., 2007)	แหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (Chronis & Hampton, 2008)	การท่องเที่ยว เชิงแสงบุญ (Andriotis, 2011)	เทศกาลอาหาร (Robinson & Clifford, 2012)
วัฒนธรรม พิจารณาจาก: การปฏิสัมพันธ์กับชุมชน และวัฒนธรรมในด้าน ประวัติศาสตร์ของตึก อาคาร ประเพณีและ ภาษาของท้องถิ่น	ความเป็นธรรมชาติ พิจารณาจาก: สภาพที่เป็นอยู่ตาม ธรรมชาติ ไม่ใช่ของปลอม หรือการสังเคราะห์ขึ้นมา	หลักจริยธรรม คุณธรรม พิจารณาจาก: หลักการจัดการของชุมชน มีความยั่งยืนและมีการ บริโภคอย่างมีจริยธรรมและ คุณธรรม	วัตถุทางการท่องเที่ยว พิจารณาจาก: ทรัพยากรที่จับต้องได้มี ความดั้งเดิม เป็นของแท้ จากอดีต โดยไม่มีการ ปรับปรุงแต่อย่างใด	สภาพภูมิทัศน์ พืชและสัตว์ต่างๆ การเข้าถึงสถานที่ จำนวนนักท่องเที่ยว พิจารณาจาก: การดำเนินอย่างเป็นไปตาม ธรรมชาติ ความดั้งเดิมของ พื้นที่	การปกครอง พิจารณาจาก: ความเหลื่อมล้ำหรือความ ไม่เท่าเทียมกันด้านการ บริโภคอาหารของสังคม
จำนวนนักท่องเที่ยว พิจารณาจาก: หากนักท่องเที่ยวมีจำนวน มากทำให้ได้รับ ประสบการณ์ที่ไม่แท้จริง	ความดั้งเดิม พิจารณาจาก: การออกแบบที่ไม่เคยพบ เห็นมาก่อน ไม่มีการ ลอกเลียนแบบซ้ำ	ความเป็นธรรมชาติ พิจารณาจาก: สภาพแวดล้อมที่ไม่มีการ ดัดแปลง ปรับแต่งขึ้นมาและ สินค้าท่องเที่ยวที่มาจาก ธรรมชาติต้องเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวหรือภูมิภาค	ข้อเท็จจริง พิจารณาจาก: การบอกเล่าเรื่องราวทาง ประวัติศาสตร์ที่ถูกต้องและ เป็นจริง	เชื่อมโยงกับอดีต วิถีชีวิตดั้งเดิมและหน้าที่ ประจำวัน การออกแบบ เนื้อผ้า และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างตึก อาคารและสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ องค์กรทางสังคม พิจารณาจาก: สิ่งที่มนุษย์ไม่เคยเห็นมา ก่อน ไม่ได้ลอกเลียนแบบ	ชื่อ เครื่องหมายการค้า การนำเสนอ พิจารณาจาก: ความเชื่อมโยงกับสถานที่ เวลา การถ่ายทอดเรื่องราว คู่ควรแก่การไว้วางใจ ความถูกต้องตามกฎหมาย รูปแบบการส่งอาหาร

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Waller & Lea, 1998)	สินค้าและบริการ (Gilmore & Pine, 2007)	การท่องเที่ยวของ สก็อตแลนด์ (Yeoman et al., 2007)	แหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (Chronis & Hampton, 2008)	การท่องเที่ยว เชิงแสงบุญ (Andriotis, 2011)	เทศกาลอาหาร (Robinson & Clifford, 2012)
ระดับของความอิสระ พิจารณาจาก: นักท่องเที่ยวที่จัดการ รายการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเองรับรู้ถึง ประสบการณ์ที่แท้จริง ได้มาก	ความพิเศษ พิจารณาจาก: การบ่งบอกถึงสิ่งที่ได้รับว่า เป็นการดูแลที่ดีและใส่ใจ	ความซื่อสัตย์ พิจารณาจาก: ความซื่อสัตย์ต่อ นักท่องเที่ยวและไม่ควร รับปากนักท่องเที่ยวในสิ่งที่ ไม่สามารถนำเสนอความเดิม แท้ของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	บุคคล พิจารณาจาก: ความสามารถของบุคคลใน การนำเสนอเรื่องราวใน ประวัติศาสตร์ว่ามีอยู่จริง	การปฏิสัมพันธ์กับบุคคล ข้อกำหนดการให้บริการ การจัดการท่องเที่ยวด้วย ตนเอง การผลิตและขายของที่ระลึก พิจารณาจาก: การยอมรับว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ พิเศษ รับรู้เฉพาะบุคคล แสดงถึงความเอาใจใส่อย่าง จริงจัง	แหล่งที่มา พิจารณาจาก: มรดกและประเพณี ส่วนผสมอาหารตาม พื้นถิ่น เอกลักษณ์เฉพาะ
การคล้อยตามการปฏิบัติ ของประเทศ พิจารณาจาก: การเข้าร่วมกิจกรรม พื้นถิ่น	สิ่งอ้างอิง พิจารณาจาก: สิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจจาก เรื่องราวของแต่ละบุคคล แบ่งปันความทรงจำให้กับ ผู้อื่นได้	ความเรียบง่าย พิจารณาจาก: ประสบการณ์ท่องเที่ยวด้าน ความเดิมแท้ต้องอยู่บน พื้นฐานความเรียบง่าย บริสุทธิ์ เข้าใจง่าย เกิด ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยว สามารถรับรู้ได้ง่าย	สถานที่ตั้ง พิจารณาจาก: สถานที่จริงที่เคยเกิด เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ จริง	ความต่อเนื่องของ ประวัติศาสตร์และเชื่อมโยง กับอดีต กระบวนการผลิตดั้งเดิม วัตถุ มงคล ไม่นั้นพาณิชย์ พิจารณาจาก: ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น แบ่งปันประสบการณ์ ความทรงจำ ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ ลอกเลียนแบบมา	กระบวนการผลิต พิจารณาจาก: การปรุงอาหาร ผู้จัดจำหน่ายหรือองค์กร ที่เกี่ยวข้อง ความเชื่อมโยงกับการ เฉลิมฉลอง วิธีการ ความเป็นธรรมชาติ

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Waller & Lea, 1998)	สินค้าและบริการ (Gilmore & Pine, 2007)	การท่องเที่ยวของ สก็อตแลนด์ (Yeoman et al., 2007)	แหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (Chronis & Hampton, 2008)	การท่องเที่ยวเชิงแสงบุญ (Andriotis, 2011)	เทศกาลอาหาร (Robinson & Clifford, 2012)
	สิ่งที่มีอิทธิพล พิจารณาจาก: สิ่งที่ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล มีเป้าหมายที่สูงขึ้น	ความมั่งคั่ง พิจารณาจาก: สถานที่ท่องเที่ยวสามารถสร้าง สำนึกในถิ่นที่ (sense of place) ของนักท่องเที่ยวต่อ แหล่งท่องเที่ยว	สภาพแวดล้อม พิจารณาจาก: สภาพแวดล้อมสร้างความ ศรัทธาต่อเหตุการณ์ในอดีต โดยปราศจากการประดิษฐ์ ขึ้นใหม่เพื่อผลประโยชน์ทาง การค้า	ความผูกพันและการ เปลี่ยนแปลงภายในจิตใจ การสื่อสารกับพระ การสักการะ และการให้บริการในโบสถ์ การถวิลหาสิ่งที่หายไปในอดีต ศิลปะสถาปัตยกรรม พิจารณาจาก: การตั้งเป้าหมายที่สูงขึ้นเพื่อ เตรียมพร้อมรับกับ ประสบการณ์ล่วงหน้า	บุคคล พิจารณาจาก: ลักษณะของบุคคล (กลุ่มชาติพันธุ์) เอกลักษณ์ส่วนบุคคล ความรู้ก่อนการปรุง อาหาร
		รากเหง้า พิจารณาจาก: ความเชื่อมโยงกับอดีตที่สะท้อน ถึงต้นกำเนิดของแหล่งท่องเที่ยว			สังคม พิจารณาจาก: บริบททางสังคม สถานที่บริโภคอาหาร
		ผู้คนท้องถิ่น พิจารณาจาก: นักท่องเที่ยวต้องการสร้าง ปฏิสัมพันธ์กับผู้คนท้องถิ่นใน แหล่งท่องเที่ยว เน้นเรียนรู้และ อาศัยอยู่ร่วมกับชุมชน			

(ปรับปรุงจาก Waller & Lea, 1998; Gilmore & Pine, 2007; Yeoman et al., 2007; Chronis & Hampton, 2008; Andriotis, 2011; & Robinson & Clifford, 2012)

กล่าวโดยสรุป ประสบการณ์ที่เดิมแท้ของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ซับซ้อน ความเดิมแท้ของประสบการณ์นักท่องเที่ยวกลายเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการเข้าถึงประสบการณ์ท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานความเป็นของแท้ โดยไม่ได้เกิดจากการลอกเลียน ดัดแปลง หรือปรุงแต่งเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่เป็นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสหรือเข้าถึงความเดิมแท้ของประสบการณ์ที่ได้รับจากวัตถุทางการท่องเที่ยวที่เป็นของแท้ (Object-based Authenticity) ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการรับรู้จากวัตถุที่เป็นของแท้นั้น เรียกว่า ความเดิมแท้ของวัตถุ (Object Authenticity) หรือผ่านการถ่ายทอดความเป็นของแท้ผ่านกระบวนการสร้างทางสังคม (Social Construction) เช่น ภาพลักษณ์ ความเชื่อ ความคาดหวัง อารมณ์ทางสังคม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ว่า ความเดิมแท้มีอยู่หรือไม่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่ากระบวนการสร้างทางสังคมเป็นสัญลักษณ์ความเดิมแท้ ที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจถึงประสบการณ์ที่เดิมแท้ของนักท่องเที่ยว เรียกว่า การสร้างความเดิมแท้ (Constructive Authenticity) และเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้จากสิ่งที่เป็นอยู่ในขณะนั้น หรือเรียกว่า ความเดิมแท้ของสิ่งที่มีอยู่ (Existential Authenticity) นักท่องเที่ยวจึงได้รับประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ทั้งที่เกิดขึ้นภายในบุคคล (Intra-personal Authenticity) และระหว่างบุคคล (Inter-Personal Authenticity) ไปพร้อม ๆ กัน

2.2 การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) หรือ United Nations Education, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) ระบุว่า มรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรพื้นฐานของการท่องเที่ยว (UNESCO, 2009)

ทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองและมีความงดงามตามธรรมชาติ มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา พืชพรรณ และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และยังเป็นพื้นที่ในการศึกษาหาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์อีกด้วย

ทรัพยากรทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่แสดงถึงวัฒนธรรมทั้งหมด ทั้งที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ รวมถึงสถานที่ที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมา วิถีชีวิต การแต่งกาย ประเพณี ดนตรี อาหาร การละเล่นหรืองานเทศกาลต่างๆ

ดังนั้น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม

การท่องเที่ยววัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีความคล้ายคลึงกันนับตั้งแต่ที่มาของประเภทการท่องเที่ยว ซึ่ง Smith (1989) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามีรากฐานมาจากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน แต่ต่างกันตรงที่การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้น้ำหนักกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แปลกออกไปทั้งความเป็นอยู่และประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ (บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด, 2550) เน้นการสัมผัสวัฒนธรรม ค่านิยม และความเชื่อโดยผ่านวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้สร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม (ราณี อธิชัยกุล, 2547)

ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ “แต่งแต้มสีสัน” แก้ววัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นซึ่งมีดำเนินชีวิตแบบเก่า และสืบทอดมาจากความทรงจำของคนปัจจุบันมากกว่า บุญยสฤกษ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด (2550) กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยววัฒนธรรมดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ ประเพณีสำคัญ รูปแบบทางศิลปะ งานเฉลิมฉลองตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ ของคนในชาติที่ปะติดปะต่อร่วมกัน ส่งผลให้กลายเป็นวิธีการหนึ่งของการเผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม มรดก สิ่งแวดล้อมและประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นอันสามารถสร้างความกลมเกลียวของคนใน ท้องถิ่นตลอดจนสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชาติได้

การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ซึ่งรวมถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อนและการเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

หากพิจารณาในมุมมองของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์นั้น องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) หรือ United Nations Education, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) ได้แบ่งการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท (แนวหน้า, 2557, ออนไลน์; มรดกภูมิปัญญาไทย, 2557, ออนไลน์) คือ

(1) มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นได้ทางกายภาพ โดยครอบคลุมทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุเคลื่อนที่ได้ และวัตถุเคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบราณวัตถุ โบราณสถาน

(2) มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หรือวัฒนธรรมไร้รูป (Intangible Cultural Heritage) เป็นความรู้ ขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือแนวปฏิบัติทุกรูปแบบ ทั้งที่เป็นสากลและของท้องถิ่น ที่ถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ไม่ว่าด้วยวาจาหรือวิธีการอื่นใด ผ่านช่วงระยะเวลาหนึ่ง มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้โดยกระบวนการสั่งสมความรู้และการประยุกต์ใช้ กลายเป็นสิ่งที่ชุมชนและกลุ่มชนสร้างขึ้นใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน เป็นการปฏิสัมพันธ์ของชุมชนที่มีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตนเอง จนทำให้คนเหล่านั้นเกิดความรู้สึกมีอัตลักษณ์และความต่อเนื่องเป็นของกลุ่มตนเอง

มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ สามารถจำแนกเป็น 7 สาขา คือ (1) ภาษาถิ่น และภาษาชาติพันธุ์ (2) วรรณกรรมพื้นบ้าน (3) สาขาศิลปะการแสดง (4) แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล (5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม (6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล (7) กีฬาภูมิปัญญาไทย การเล่น การกีฬา และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว

ดังนั้น ประเพณีและวิถีชีวิตในช่วงเวลาหนึ่งๆ ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งซึ่งถ่ายทอดจากบรรพบุรุษแต่ยังรวมถึง สิ่งร่วมสมัยทั้งในเขตเมืองและชนบทที่มีความหลากหลายในวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ กัน โดยคงอยู่และสืบทอดด้วยการยอมรับจากคนในชุมชน ทั้งนี้ คุณค่าทางวัฒนธรรมไม่ควรนำไปตีความเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญอันประเมินค่ามิได้

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังประกอบไปด้วยกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น การนำนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนบ้านและหมู่บ้านของคนพื้นเมือง การชมงานเฉลิมฉลอง การเดินรำ การจับจ่ายสินค้าหรือของแปลกๆ ของคนพื้นเมือง ซึ่งทั้งสองประเภทยังเสี่ยงต่อกรรมกรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีการปรุงแต่งวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว (Smith, 1989) ซึ่งให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลายเป็นปัญหาของการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวโดยปริยาย นอกจากนี้วัฒนธรรมที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นจากแรงบีบคั้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวยังอาจนำไปสู่การทำลายวัฒนธรรมพื้นบ้านรวมถึงอาชญากรรมความรุนแรงในชีวิตประจำวันของคนพื้นเมือง เช่น การเข้าไปมีส่วนร่วมกับในประเพณีหรือพิธีกรรมโดยการมุงดูและส่งเสียงดัง ซึ่งในที่สุดกลับกลายเป็นการสร้างปัญหาต่าง ๆ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2548) ให้กับชุมชนในประเด็นต่างๆ คือ

การทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนพื้นเมืองลดลง ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างคนพื้นเมืองด้วยกันอาจเป็นไปได้ในทางลบ เช่น การแย่งลูกค้าการรับนักท่องเที่ยวของ บ้านหนึ่งซึ่งเป็นผลเสียแก่หมู่บ้านโดยรวม การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง อันเป็นการทำลายระบบความสัมพันธ์ในชุมชน

การเกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างความรวยและความจน รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินหลายสิบเท่าเพื่อจ้างให้คนพื้นเมืองใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการจ้างงานในระยะสั้นตามฤดูกาลท่องเที่ยว

คนพื้นเมืองซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมกลับกลายเป็นเพียงจุดหมายของการท่องเที่ยวที่ถูกดึงดูดจาก “เวทีส่วนหน้า (Front Stage)” ของการดำเนินชีวิตปกติสู่กระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้ามากขึ้น เช่น การนำวัฒนธรรมด้านอาหารและการแสดงรวมถึงการสร้างตำนานลึกลับของชนเผ่ามานำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความดึงดูดใจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Yang, 2007) เกิดการสูญเสียชีวิตวัฒนธรรมของคนพื้นเมืองจากการกลายเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) ที่มุ่งนำวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มา นำเสนอขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามา (บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด, 2550) เช่น การที่วิถีชีวิตเปลี่ยนไปสู่การขายของที่ระลึก มีการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมเพื่อขายนักท่องเที่ยวและให้ความสำคัญกับเงินมากขึ้น เป็นต้น ทำให้คนพื้นเมืองไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว เช่น การถูกรุกล้ำในพื้นที่ป่าของชนเมืองส่งผลให้วิถีชีวิตของชาติพันธุ์ส่วนน้อยที่ต้องเปลี่ยนไปสู่การรับจ้างตามไร่ อันเป็นการทำลายการพึ่งตนเองของคนพื้นเมืองโดยปริยาย

การที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น รัฐ หรือภาคเอกชนมีผลประโยชน์ในทางไม่ดี เช่นการพนันการที่เจ้าหน้าที่ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวสามารถนำเหล้ามาดื่มในหมู่บ้านและส่งเสียงรบกวนชาวบ้านได้รับความเดือดร้อน และการดูแลเจ้าของพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว นธิ เอียวศรีวงศ์ (2548) ได้เสนอทางออกของปัญหาที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยคนพื้นเมืองต้องพึ่งตัวเองมากขึ้น ทั้งในระบบเศรษฐกิจใหม่และการหันไปสู่การเกษตรกรรมเพื่อเลี้ยงตนเอง อันจะช่วยให้คนพื้นเมืองต่อรองกับคนภายนอกได้มากขึ้น การลดจำนวนนักท่องเที่ยวลงโดยการเก็บ

ค่าบริการมากขึ้น เพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวที่มี คุณภาพเนื่องจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติจะต้องมีการใช้ทรัพยากรสูงมากทั้ง ทรัพยากรบุคคลในชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมจากหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในด้านการให้ความรู้กับชาวบ้านในการต้อนรับแขกแบบพื้นบ้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักได้ และสามารถแข่งขันกับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมสมัยใหม่ได้ นอกจากนี้ คนพื้นเมืองจะต้องมีสิทธิในการปกครองตัวเองมากขึ้น ในด้านของสิทธิการกำหนดการใช้ทรัพยากรด้วยตัวเองอันจะนำไปสู่การที่ชุมชนมีโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวและกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด

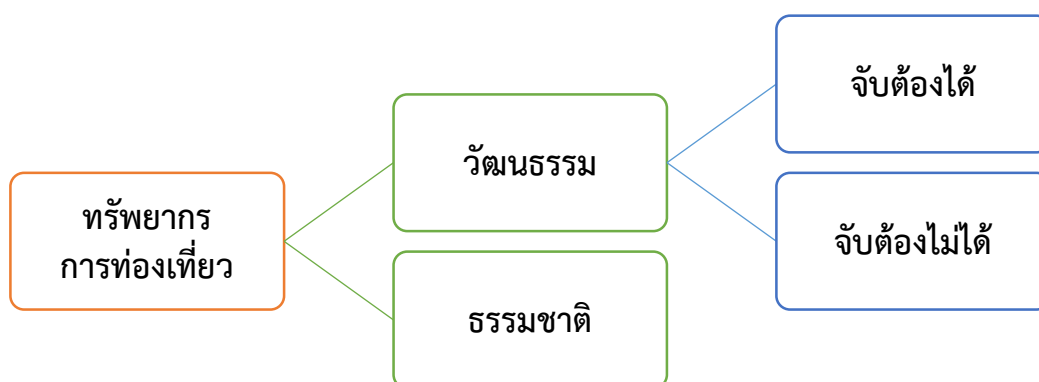
ขณะเดียวกัน สภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) ยังได้มีการเสนอ International Cultural Tourism Charter Managing Tourism at Places of Heritage Significance เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อให้เข้าถึงคนในชุมชนและผู้มาเยือนโดยมีหลักการสำคัญ (ICOMOS, 2003) ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างรับผิดชอบ พร้อมกับการจัดการที่ดีควบคู่กันระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน มีการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนเพื่อคนในอนาคต การอนุรักษ์และการวางแผนการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมจะต้องสร้างความร่วมมือกับผู้มาเยือน คนในท้องถิ่นและกลุ่มชาติพันธุ์พื้นเมืองควรร่วมกันวางแผนอนุรักษ์และการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ควรสร้างผลกำไรแก่คนในท้องถิ่น รายการนำเที่ยวควรเป็นไปเพื่อคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ

ส่วนหลักการของ ICOMOS ส่งผลให้เกิดแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวที่เกิดการอนุรักษ์และเคารพอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น คนพื้นเมืองมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คนพื้นเมืองได้รับผลประโยชน์โดยตรง และมีการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เดินทางกลับมาอีกครั้งหนึ่ง

งานวิจัยหนึ่งด้านการท่องเที่ยวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ ยังคงให้ความสำคัญกับการพิจารณาผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม วัฒนธรรมรวมถึงประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว เห็นได้จากงานวิจัยฉบับภาษาอังกฤษของสภาวิจัยแห่งชาติเรื่องการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในชุมชนลีสู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย (Tourism and Culture Change in Lisu Communities of Northern Thailand) (1989) ซึ่งอธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้ความสำคัญกับพื้นที่ชนส่วนน้อยหรือ “ชนเผ่าที่แปลกออกไป (Exotic Tribes)” ซึ่งมีสิ่งดึงดูดใจได้แก่วิถีชีวิตของชนเผ่าตนเอง งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษาผลกระทบ ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ส่วนน้อยใน สังคมโลกที่สามทั้งทางลบและทางบวก โดยปราศจากการใช้ทฤษฎีทางการท่องเที่ยวมาช่วยวิเคราะห์ในการศึกษาจะทำการศึกษาวรรณคดีลีสู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยพบว่า การท่องเที่ยวตามหมู่บ้านชนเผ่าที่สำคัญได้แก่ความประหลาด ส่งผลให้ชาวลีสู่ถูกอธิบายได้เป็นสองลักษณะได้แก่ ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของชาวลีสู่เองและการอธิบายชาวลีสู่กับการปลูกฝิ่น ซึ่งถูกแพร่กระจายคำอธิบายดังกล่าวไปทั่วโลก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกเองไม่ได้ สัมผัสกับความเป็นจริงดังกล่าว แต่กลับเข้ามาบันทึกความมั่นใจต่อวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยมากขึ้น

ท้ายที่สุดงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญต่อกระบวนการการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ส่วนน้อยในภาคเหนือของประเทศไทย อันเป็นแบบต่อสังคมไทยที่จะใช้นโยบาย เศรษฐกิจการสร้างความเป็นไทย เพื่อเปลี่ยนผ่านพวกเขาเหล่านี้

ดังนั้น ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงกลุ่มชาติพันธุ์อยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและสัมผัสกับสิ่งเหล่านั้น เมื่อสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว งานวิจัยในครั้งนี้จึงได้พิจารณาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว (UNESCO, 2009) ประกอบด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบหลัก และทำการศึกษาลึกลงไปในส่วนของวัฒนธรรม เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม เพราะฉะนั้นองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินการวิจัยในขั้นต่อไป ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยว
ที่มา : ปรับปรุงจาก UNESCO (2009)

2.3 อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

เมื่อกล่าวถึงอัตลักษณ์ ภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Identity” ตามคำแปลใช้คำว่า “เอกลักษณ์” หมายถึง ลักษณะเฉพาะของคนหรือสิ่งหนึ่ง ส่วนพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ - ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายของคำว่าอัตลักษณ์ หมายถึง “การกำหนดเอกลักษณ์ด้วยกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งนิยามตนเองหรือเอกลักษณ์ของตน โดยยึดถือบุคคลหรือสิ่งอื่นนอกเหนือตนเองเป็นหลัก เช่น คนที่เจ็บร้อนแทนเพื่อนหรือหมู่คณะได้ชื่อว่าถือเพื่อนหรือหมู่คณะเป็นเอกลักษณ์เช่นเดียวกับตน” ในทางสังคมศาสตร์ ความหมายของเอกลักษณ์ได้แปรเปลี่ยนไปโดยใช้คำว่า “อัตลักษณ์” แทนคำว่า “เอกลักษณ์” เนื่องจากเหตุที่ปัจเจกอาจมีหลายอัตลักษณ์ได้ในเวลาเดียวกันและการให้ความหมายของอัตลักษณ์อาจแปรเปลี่ยน เลื่อนไหลไปตามบริบทได้เสมอ จึงไม่ได้มีความหมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวตนอีกต่อไป (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังคงไว้ในคำจำกัดความ คือ อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการกำหนด “ความเหมือน” และ “ความแตกต่าง” ระหว่างคนหรือสิ่งของ ความเหมือนและความต่าง เป็นเรื่อง

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมหรือในอีกแง่หนึ่งเป็นผลมาจากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Brown, 2004) การปฏิสัมพันธ์จะทำให้บุคคลรับรู้ตัวตนเหมือนหรือต่างกับคนอื่นอย่างไร นั่นคือ การรับรู้ “เรา” คือใคร และ “คนอื่น” คือใคร ในทำนองเดียวกัน คนนั้นจะรับรู้ตัวเขาเองและคนอื่นพร้อมกัน เช่น ในกลุ่มของเพื่อน ๆ เป็นนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัย เป็นคนชั้นกลาง เป็นคนไทย เรียนอยู่ชั้นปี 3 หรืออายุเท่ากัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหมือนของสมาชิกในกลุ่มเดียวกัน หากมองจาก “ภายนอก” แสดงให้เห็นว่า สมาชิกในกลุ่มมีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอระหว่างสมาชิก แต่ในขณะเดียวกัน ภายในกลุ่มมีความแตกต่างระหว่างกันได้ เช่น บางคนเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น บางคนเป็นนักศึกษารัฐศาสตร์ บางคนเรียนรัฐศาสตร์ บางคนเรียนเศรษฐศาสตร์ บางคนเป็นลูกพ่อค้า นักธุรกิจ บางคนเป็นลูกข้าราชการ บางคนเป็นคนกรุงเทพฯ บางคนเป็นคนต่างจังหวัด ในลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า อัตลักษณ์ที่เหมือนกัน คือ อัตลักษณ์ที่สมาชิกในกลุ่มมีเหมือนกัน และอัตลักษณ์ที่เป็นส่วนบุคคล คือ ลักษณะของแต่ละบุคคล จึงกล่าวโดยรวมว่า อัตลักษณ์ที่เหมือนกันเน้นความเหมือนหรือคล้ายกัน ขณะที่อัตลักษณ์ที่เป็นส่วนบุคคลเน้นความต่างกัน อย่างไรก็ตาม อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) กล่าวว่า ในความเป็นจริงแล้ว อัตลักษณ์ที่เหมือนกันและอัตลักษณ์ที่เป็นส่วนบุคคล ต่างอยู่ในกระบวนการของการกำหนดประเภทของอัตลักษณ์ที่ไม่อาจแยกแตกต่างระหว่างความเป็นกลุ่มและความเป็นปัจเจกได้ ซึ่งทั้งสองเป็นกระบวนการเดียวกัน คือ ความเป็นตัวตนของปัจเจกขึ้นอยู่กับความเป็นสมาชิกของกลุ่ม

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า แม้ว่าจะแยกปัจเจกออกจากกลุ่ม (Collectivity) ก็ตาม แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของสังคมไม่ใช่การกำหนดตนเอง ในมุมมองจิตวิทยาของปัจเจก ทั้งอัตลักษณ์ร่วมและอัตลักษณ์ของปัจเจก สามารถกำหนดได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นจุดอ้างอิงโดยเกี่ยวข้องกับสังคม กล่าวคือ อัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกหรือกลุ่มเป็นหัวใจของชีวิตสังคม ทำให้ชีวิตสังคมมีความหมาย รู้ว่าเราเป็นใคร คนอื่นเป็นใคร ความเหมือน และความต่างเป็นอย่างไร ผ่านกระบวนการติดต่อสัมพันธ์กันในการดำเนินชีวิตประจำวันของสังคม

หากพิจารณาในแง่ของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์เป็นผลมาจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ การแสดงถึงอัตลักษณ์ส่วนตัวของบุคคลนั้นแตกต่างจากสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม แต่ลักษณะเด่นของการเป็นสมาชิกกลุ่มชาติพันธุ์ คือ การเป็นสมาชิกของกลุ่มปณมภูมิที่เป็นกลุ่มสังคมที่ได้รับการบ่มเพาะขัดเกลาสร้างลักษณะร่วมที่มีเหมือนกับคนอื่นทุกคนในกลุ่ม คือ อัตลักษณ์พื้นฐานทางชาติพันธุ์ ซึ่งแม้จะเปลี่ยนแปลง ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ แต่โดยทั่วไปแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยากโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพื้นฐานความแตกต่างทางชาติพันธุ์เกี่ยวข้องกับด้านความเชื่อทางศาสนาและความเป็นเครือญาติ (ปรีชา ลิปรีชา, 2548)

ในมุมมองของ Taylor & Spencer (2004) อัตลักษณ์เป็นผลของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมก่อให้เกิดความหมายที่เข้าใจร่วมกันเช่นเดียวกับวัฒนธรรม อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลง สร้างและสร้างซ้ำได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ หรือวาทกรรม (Discourses) ที่เป็นอยู่ในแต่ละช่วงเวลา (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546) อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์บางอย่าง เช่น อัตลักษณ์ขั้นพื้นฐานที่เป็นผลมาจากการปลูกฝังขัดเกลาทางสังคมมาตั้งแต่วัยเด็กและฝังแน่นจะปรับเปลี่ยนได้ยาก เช่น ความเป็นคน ตัวตน เพศสภาวะ อาจรวมถึงความผูกพันทางเครือญาติและความรู้สึกทางชาติพันธุ์

ดังนั้น การแก้ไขเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์พื้นฐานเหล่านี้มักจะได้รับการขัดขึ้นหรือต่อต้านจากปัจเจกหรือกลุ่ม จึงเปลี่ยนแปลงได้ยาก

นอกจากนี้ อัตลักษณ์เป็นสิ่งสร้างทางสังคม (Social Construction) เป็นสิ่งที่เกิดและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ในสังคมปัจจุบัน ปัจเจกมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการรวมกลุ่มระหว่างคนที่มีความเชื่อค่านิยมเดียวกัน ทำให้การแข่งขันแย่งชิงพื้นที่เพื่อเรียกร้องการยอมรับในความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มที่จากเดิมอาจเปราะบางและถูกกดทับไว้จึงกลายเป็นเรื่องธรรมดา เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มผู้หญิง เป็นต้น ความแตกต่างหลากหลายของอัตลักษณ์ในสังคมปัจเจกจึงเป็นเรื่องปรากฏทั่วไปในสังคม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ในสังคม (Taylor & Spencer, 2004)

Jenkins (1998) ได้กล่าวถึงชาติพันธุ์ว่า อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นเรื่องของการกำหนดความแตกต่าง (และ) ความเหมือนทางวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน ซึ่งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้เกิดวัฒนธรรมหรือการรับรู้ความหมายร่วมกัน นอกจากนี้ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่ได้ถูกกำหนดไว้ตายตัวหรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เช่นเดียวกับวัฒนธรรมที่ถูกสร้างและสร้างซ้ำภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ แต่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มีทั้งลักษณะที่เหมือนกันและอัตลักษณ์ที่เป็นส่วนบุคคลโดยถูกกำหนดจากภายนอกด้วยการปฏิสัมพันธ์กัน และเกิดจากภายในบุคคล ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ชัดเจนและการกำหนดตัวตนภายในของตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การกำหนดประเภทจากภายนอกมาจากคนกลุ่มอื่นกำหนดให้และการกำหนดอัตลักษณ์ภายในเป็นการขัดเกลาทางสังคมและกระบวนการสร้าง “ตัวตน” (self) ภายในกลุ่ม (Jenkins 1998)

นอกจากนี้ Hobsbwan & Ranger (1994) นักสังคมวิทยาได้กล่าวถึงกลุ่มชาติพันธุ์ว่า กลุ่มชาติพันธุ์ไม่ได้เป็นกลุ่มชาติพันธุ์เพราะระดับของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่สามารถวัดได้หรือสังเกตได้ แต่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์เพราะสมาชิกในกลุ่มและคนนอกกลุ่มรับรู้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์โดยเหตุที่ทั้ง “คนใน” และ “คนนอก” กลุ่มรู้สึก พูดและกระทำในลักษณะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มที่แยกแตกต่างกัน กรณีเช่นนี้เกิดขึ้นได้เฉพาะเมื่อสมาชิกได้เรียนรู้มาแต่เยาว์วัยอย่างลึกซึ้งและไม่สามารถปลดความเป็นสมาชิกของกลุ่มที่เป็นอยู่ได้ง่าย ถ้าสมาชิกในกลุ่มสามารถเพิกถอนตนเองออกจากกลุ่มได้ง่าย ๆ กลุ่มเช่นนี้จะไม่ใช่ลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์

ส่วน ฉลาดชาย รมิดานนท์ (2544) ให้คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์” หมายถึง สิ่งที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ รู้สึกร่วมกันเป็นพวกเดียวกันและรู้สึกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ในแง่การศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “ความเหมือน” และ “ความต่าง” ดังกล่าว ซึ่งในกระบวนการนี้อาจมีการสร้างขึ้นใหม่อย่างสิ้นเชิง และอาจหยิบยืมบางส่วนมาจากวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นมาทำให้เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ที่สร้างในยุคหนึ่ง เมื่อเวลาผ่านไป อัตลักษณ์ดังกล่าวอาจใช้ไม่ได้ผล เนื่องจากอัตลักษณ์เก่ามีพลังน้อยลง อัตลักษณ์ใหม่จึงถูกสร้างขึ้นมาทดแทน อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวและไม่หยุดนิ่ง การสืบทอดและผลิตอัตลักษณ์ใหม่จึงเกิดขึ้นได้เสมอภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป (วันดี สันติวุฒิมณี, 2545)

สิ่งที่ช่วยผูกพันสมาชิกของกลุ่มชาติพันธุ์เข้าไว้ด้วยกัน คือ การกระทำร่วมกันที่เป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่มจนเกิดความเชื่อร่วมกัน คือ ความเชื่อของกลุ่มของตนเองเกิดจากการมีบรรพบุรุษร่วมกัน มีวัฒนธรรมสำคัญร่วมกันที่สำคัญคือ ศาสนา ภาษา วิถีชีวิต ทั้งทาง

สังคม เศรษฐกิจ (อมรา พงศาพิชญ์, 2537) อีกนัยหนึ่ง คือ ลักษณะร่วมของกลุ่มเหล่านี้เป็นผลมาจากการกระทำร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มและถูกหล่อหลอมให้เป็นอัตลักษณ์ร่วมที่เป็นของชาติพันธุ์ ซึ่งแยกแตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น

Barth (1969) กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่ได้อยู่ที่เนื้อหาของวัฒนธรรม แต่อยู่ที่กระบวนการทางสังคมที่สร้างและสร้างซ้ำ ระเบียบทางสังคมภายในกลุ่ม รวมทั้งอัตลักษณ์และความแตกต่างระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ลักษณะทางวัฒนธรรมเฉพาะบางอย่างเท่านั้นที่ถูกใช้โดยผู้กระทำ (สมาชิกของกลุ่ม ชาติพันธุ์) ในแง่ที่เป็นสัญลักษณ์และตัวแทนของความแตกต่างระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ ในขณะที่ส่วนอื่น ๆ ของวัฒนธรรมถูกมองข้ามและในบางกรณีของการติดต่อสัมพันธ์กัน ลักษณะที่แตกต่างทางวัฒนธรรมที่อาจถูกมองข้ามไปโดยสิ้นเชิงเท่ากับเป็นการยืนยันว่าพรมแดนทางชาติพันธุ์ไม่คงที่ แต่ยืดหยุ่นเคลื่อนไหวได้ตามสถานการณ์และกาลเทศะ ดังนั้นการเน้นย้ำความแตกต่างทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สัมพันธ์กันจะเป็นไปตามสถานการณ์และกาลเทศะเช่นเดียวกัน

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้กล่าวถึงการกำหนดอัตลักษณ์ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ว่า ในปัจจุบันการนิยามอัตลักษณ์ด้วยการสร้างภาพลักษณ์หรือภาพแทนความจริง เป็นผลเนื่องมาจากระบบทุนนิยมบริโภคนิยม จนทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นวาทกรรมทำให้การกำหนดอัตลักษณ์กลายเป็นสินค้าภายใต้อำนาจรัฐหรือทุน เช่น การที่นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐหรือกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวทำให้อัตลักษณ์ของชาวเขากลายเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว

ดวงกมล เวชวงศ์ (2554) ได้ทำการศึกษากระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนในบริบทของการท่องเที่ยวผ่านหอวัฒนธรรมพื้นบ้านและตลาดทำน้ำ โดยทำการศึกษากรณีชุมชนยวน ตำบลต้นตาล อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี พบว่า ชาวยวนมีจิตสำนึกสำนึกและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยังคงดำรงอยู่และรักษาไว้ได้จนถึงปัจจุบัน ชาวยวนบ้านต้นตาลได้แสดงออกถึงความมีสำนึกทางชาติพันธุ์ของตนผ่านการใช้ชีวิตประจำ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมยวนของเยาวชนยวน การจัดตั้งชมรมไทยยวนสระบุรี การก่อตั้งหอวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยยวนและการจัดตั้งตลาดทำน้ำโบราณบ้านต้นตาล ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวได้เข้ามาในชุมชนทำให้ชาวยวนต้องมีการปรับตัวและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อนำมาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของพวกเขา โดยพวกเขาได้มีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนของตนผ่านสถานที่ท่องเที่ยวอันสำคัญของชุมชน 2 แห่ง ได้แก่ หอวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยยวนและตลาดทำน้ำโบราณบ้านต้นตาล ซึ่งความเป็นยวนที่ถูกนำเสนอผ่านทั้งสองสถานที่นี้ล้วนได้ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ คือ 1) การนิยามความเป็นยวนภายใต้บริบทที่เข้ามาเกี่ยวข้อง และ 2) การเลือกสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนหรือความเป็นยวนตามค่านิยมที่กำหนดขึ้น โดยมีวิธีการที่เกี่ยวข้องในการนำเสนออัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่เลือกไว้มาใช้ คือ การใช้ของเก่า การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ การใช้ของเดิมที่มีอยู่และการเปลี่ยนแปลง 3) การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนในบริบทของการท่องเที่ยว และ 4) การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนภายใต้การปฏิสัมพันธ์ในบริบทของการท่องเที่ยว ซึ่งการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวนในบริบทของการท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ความเป็นยวนจะมีความชัดเจนมากขึ้นน้อยเพียงใด

จึงขึ้นอยู่กับกลุ่มคนที่พวกเขามีปฏิสัมพันธ์ด้วย การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จึงเป็นไปเพื่อประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับ

กล่าวโดยสรุป ในสังคมมีการผสมกลมกลืนระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เป็นการเกิดขึ้นของอัตลักษณ์ใหม่ที่ไม่ใช่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เดิม อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จึงไม่ใช่ผลผลิตของเชื้อชาติ ชนชาติและวัฒนธรรม หากแต่อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นและสร้างใหม่ เป็นกระบวนการอย่างสัมพันธ์กับบริบทและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและการเคลื่อนไหวของเครือข่ายความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ส่วนการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จึงอยู่ที่ว่า อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่อาจดำรงอยู่ได้อย่างโดด ๆ แยกออกจากกันจากความสัมพันธ์กับชนกลุ่มอื่น ๆ กระบวนการก่อสร้างอัตลักษณ์ในบริบทของ “ความเป็นชาติพันธุ์” (Ethnicity) จึงไม่อาจแยกออกได้จากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ดังนั้น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จึงเป็นอัตลักษณ์เด่นของกลุ่มคนต่าง ๆ ภายในและระหว่างสังคมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้เกิดความหลากหลายทางอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วย นอกจากนี้ กระแสยุคโลกาภิวัตน์ทำให้การสร้างอัตลักษณ์ยังเป็นการสร้าง “ภาพแทนความเป็นจริง” เพื่อวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวอาจเป็นจริงหรือไม่ก็ได้ อัตลักษณ์จึงเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทรัพยากรของกลุ่มชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและประเพณีและการบริหารของชุมชนชาติพันธุ์ที่ช่วยให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่ได้โดยผ่านกระบวนการทางสังคมอย่างค่อยเป็นค่อยไป

2.4 การรื้อฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประเพณีประติมากรรมในบริบทการท่องเที่ยว

ประเพณีประติมากรรมนำไปสู่การสร้างการเข้าใจสถานการณ์ทางสังคมที่มีกระบวนการรื้อฟื้นทางวัฒนธรรมโดยมีการอ้างอิงความสัมพันธ์ในอดีต ในขณะเดียวกันเป็นการผลิตวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่เพื่อรับใช้สถานการณ์ทางสังคม

Hobsbaw (1984) นักประวัติศาสตร์ลัทธิมาร์กซ์กล่าวถึงการประติมากรรมประเพณีว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการประติมากรรมของรัฐกระทำนำไปสู่การปฏิบัติตามประเพณีหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ให้สืบเนื่องต่อกันมา เห็นได้จากการประติมากรรมพิธีกรรมที่เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติและเกิดการสั่งสมจนฝังรากลึกเป็นจารีตที่กระทำต่อกันมาโดยอัตโนมัติ เช่น การเดินขบวนของกลุ่มแรงงานในประเทศอังกฤษที่มักนำเสนอในประเด็นที่ว่า “เป็นประเพณีเพื่อการค้าที่ทำกันมานานแล้ว”

การประติมากรรมประเพณีของรัฐอยู่ในฐานะผู้สร้างความระเบียบเรียบร้อยให้เกิดขึ้นในสังคม เช่น การห้ามแต่งกายล่อแหลมในงานประเพณีสำคัญทางศาสนา การห้ามพกพาอาวุธในงานประเพณี หรือการไม่ดื่มสุราในงานประเพณี ซึ่งล้วนแต่เป็นการประติมากรรมประเพณีการแต่งกาย การพกพาอาวุธ และการดื่มสุราให้แทรกอยู่ในงานประเพณีที่ถูกจัดขึ้น โดยโน้มเอียงในลักษณะการเอาใจนักท่องเที่ยวภายใต้วาทกรรมความเป็นระเบียบและความปลอดภัย และเพื่อไม่ให้ชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว ดังนั้น จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายในประเพณีในสังคมไทยอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ดี ประเพณีที่ถูกประติมากรรมขึ้นในสังคมไทยปัจจุบันจะเกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายเพียงใด แต่ถือเป็นการตอบสนอง “หน้าที่ใหม่” ของสถาบันทางสังคมที่นิยามประเพณีที่ประติมากรรมขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่การประติมากรรมประเพณีเพื่อให้ประเพณีทำหน้าที่ใหม่ตามความหมายใหม่ดังกล่าว ล้วนตอบสนองที่จะจรรโลงอำนาจและผลประโยชน์ของผู้ประติมากรรมประเพณี

แนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดการประดิษฐ์ประเพณี ได้แก่ แนวคิดการทำสินค้าวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Culture Commoditization) ซึ่ง Greenwood (1989) กล่าวถึงการทำให้สินค้าวัฒนธรรมเพื่อเป็นสินค้าที่ตอบสนองการท่องเที่ยว พบว่า วัฒนธรรมและประเพณีที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นในปัจจุบันมีพื้นฐานว่าทุกสิ่งที่จะนำมาขายได้จะต้องประกอบด้วยปัจจัยการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน หรือทุน เมื่อจะมีการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า สิ่งที่ยากที่สุด คือ การเข้ามาจัดการวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิต เช่น พื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยว ที่จะต้องถูกประดิษฐ์คิดค้นให้เป็นเตียงนอน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก๊าซ หรือของที่ระลึก เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากการให้ความสำคัญกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามามากขึ้นไป ทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นถูกยึดจากการท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นยังถูกหลอกใช้ในการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า

แนวคิดของการประดิษฐ์ประเพณีเป็นการมองกระบวนการประดิษฐ์วัฒนธรรมและประเพณีในรูปแบบของพัฒนาการและการให้ความหมายแก่ประเพณีนั้น ๆ ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ เช่น การทำให้คิดว่าประเพณีนั้น ๆ สืบทอดมาจากอดีตและควรอนุรักษ์ไว้หรือการสร้างประเพณีที่กลายเป็นการนิยามความแตกต่างจากประเพณีในอดีตเพื่อตอบสนอง ทั้งนี้ ลักษณะของการประดิษฐ์ประเพณีในสังคมไทยปัจจุบัน ประกอบด้วยการประดิษฐ์ประเพณีอาจเชื่อมโยงกับมิติทางประวัติศาสตร์เพื่อให้บุคคลอื่นเชื่อว่าประเพณีนั้น ๆ เป็นของดั้งเดิม การประดิษฐ์ประเพณีอาจเกิดจากความขัดแย้งกับการต่อความเชื่อในอดีต ผู้มีบทบาทในการประดิษฐ์ประเพณีไม่มีเพียงรัฐเท่านั้น แต่อาจเกิดขึ้นจากหลายสถาบันในสังคมด้วย การประดิษฐ์ประเพณีนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความหมายของประเพณีที่มีมาแต่เดิมเพื่อการตอบสนอง “หน้าที่ใหม่” ของสถาบันทางสังคมที่นิยามประเพณีที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่ และการประดิษฐ์ประเพณีในปัจจุบัน เชื่อมโยงกับการนำประเพณีมาเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จะเห็นว่า การประดิษฐ์ประเพณีที่เกิดขึ้นจึงมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ที่มุ่งผลิตวาทกรรมตัวตนและความเป็นอื่นในรูปแบบของการประดิษฐ์ประเพณี โดยการพิจารณาถึงกระบวนการนำเอาประเพณีไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกและแนวคิดการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ที่พยายามอธิบายว่าวัฒนธรรมและประเพณีถูกนำไปใช้ในการท่องเที่ยว โดยชุมชนพยายามรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองให้กลายเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว การสร้างอัตลักษณ์ชุมชน นอกจากอ้างอิงถึงความสัมพันธ์ดั้งเดิม การอ้างอิงประวัติศาสตร์ภาษาท้องถิ่นแล้ว สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน คือ องค์ประกอบทางวาทกรรม เพราะวาทกรรมเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นการยอมรับในวงกว้างและมีความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ที่ห่อหุ้มตัวเราไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจหรือตัวตนของเราเอง

ตัวอย่างของการประดิษฐ์ประเพณีเห็นได้จากประเพณีสงกรานต์ ปรากฏการณ์ประเพณีสงกรานต์ในปัจจุบันเกิดขึ้นมาจากการเล็งเห็นรายรับจำนวนมหาศาลจากการท่องเที่ยว โดยการประดิษฐ์ประเพณีไม่ว่าจะเป็น การห้ามใส่เสื้อสายเดี่ยว ห้ามพกพาอาวุธ และห้ามดื่มสุรา ก่อให้เกิดความหมายของประเพณีสงกรานต์ที่ผสมผสานกันระหว่างงานบันเทิงกับความปลอดภัยและความน่ารักทางวัฒนธรรมที่ถูกส่งเสริมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชม ขณะเดียวกัน การประดิษฐ์ประเพณี

ดังกล่าวยังนำไปสู่การลดทอนความหมายประเพณีสงกรานต์เดิม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงความหมาย การสร้างสำนึกความเป็นปึกแผ่น (Sense of Solidarity) ของชุมชนชนบท เนื่องจากเป็นกิจกรรมหนึ่งที่คนในครอบครัวและชุมชนรวมตัวกัน เช่น รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่หรือการทำบุญกระดุกบรพบุรุษสู่การเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อมุ่งหวัง นักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งไม่ได้มีความสัมพันธ์กับสมาชิกในชุมชนและไม่มีกิจกรรมใดที่สร้างความสมานฉันท์ในสังคม การเปลี่ยนแปลงค่านิยมการละเมิดสถานภาพที่เคร่งครัดเพื่อลดความอึดอัดจากความไม่เท่าเทียมในสังคม เช่น การถูกเนื้อต้องตัวกับเพศตรงข้าม หรือสตรีถูกเนื้อต้องตัวพระสงฆ์จากการสงวนได้สู่การเป็น “มหกรรมสาติน้ำ” ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับชีวิตของผู้คนและไม่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกใด ๆ ในสังคม ตรงกันข้ามกับต่อกย้ำความไม่เท่าเทียมระหว่างเพศสังคมอีกด้วย และการเปลี่ยนแปลงการปล่อยปลาในประเพณีสงกรานต์ ซึ่งเกิดขึ้นในวัฒนธรรมภาคกลางอันเนื่องมาจากการช่วยให้ปลามีชีวิตรอดในหน้าแล้ง เพื่อกลับมาเป็นอาหารในอนาคตสู่การเป็นเพียงพิธีกรรมที่ทำทั่วประเทศ โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพของคน และปลาที่นำมาปล่อยยังมาจากกลุ่มธุรกิจหรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับความหวงแหน หอนง คลอง บึง แต่อย่างใด

ไม่เพียงแต่ประเพณีในอดีตดังเช่นประเพณีสงกรานต์จะถูกประดิษฐ์โดยการลดทอนความหมายเดิมสู่การใส่ความหมายใหม่เท่านั้น ประเพณีบางสิ่งยังการถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ด้วย ซึ่งพบว่าแต่เดิมพระราหูได้รับความเคารพจากชาวลาวเวียงที่มีบทบาทในการรวมกลุ่มและช่วยบรรเทาวิกฤตชีวิตอันเนื่องมาจากแรงกดดันในสังคม เช่น ศักสงคราม การถูกรัฐไทยกดดัน การที่ชุมชนถูกโดดเดี่ยวหรือมีภูมิประเทศแห้งแล้ง ในเวลาต่อมาประเพณี ไหว้พระราหูจึงถูกประดิษฐ์ขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้เศรษฐกิจของวัดเจริญรุ่งเรืองและลดแรงกดดันจากนโยบายการศึกษาในช่วงเวลานั้นที่เน้นให้วัดสร้างโรงเรียนเพื่อตอบสนองกลุ่มข้าราชการ พ่อค้า และชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ผันแปรนับตั้งแต่สงคราม ภาวะเงินเฟ้อ รวมถึงการทำเกษตรกรรมไม่ได้ผลผลิตเท่าที่ควร

ในยุคโลกาภิวัตน์ ประเพณีไหว้พระราหู วัดศรีษะทองยังถูกประดิษฐ์ขึ้นเพื่ออนุรักษ์ความเชื่อดั้งเดิมที่กำลังสูญหายโดยอธิบายการเชื่อมต่อกับความเชื่อเก่าแก่ของชาวลาวเวียงจันทร์เพื่อการพาณิชย์ เช่น การจัดพิธีกรรมไหว้พระราหู การขายเครื่องบูชาพระราหู การสร้างค่านิยมที่บอกว่าการไหว้พระราหูที่วัดศรีษะทองแตกต่างจากที่อื่นและมีลักษณะ เป็นต้นดาร์บ โดยนัยนี้ ประเพณีไหว้พระราหูจึงกลายเป็นกระบวนการสร้างอดีตพร้อมกับนำมาอ้างอิงใหม่เพื่อรับใช้ สังคมปัจจุบันโดยเฉพาะการตอบสนองผลทางเศรษฐกิจนั่นเอง

ส่วนงานวิจัยที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับประเพณีประดิษฐ์ เห็นได้จากงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวได้มีส่วนในการสร้างอุดมการณ์ใหม่เสมอไป ที่มองว่างานบุญบั้งไฟจังหวัดยโสธรที่แต่เดิมให้ความหมายทางมานุษยวิทยาไว้ว่าเป็นการสร้างความมั่นใจเรื่องธรรมชาติแก่ชาวบ้านเพื่อเป็นหลักประกันใน เรื่องเกี่ยวกับสภาพดินฟ้าอากาศ อันสะท้อนให้เห็นถึงจิตสำนึกชุมชนในการสร้างความสัมพันธ์เชิงเครือญาติและลำดับชั้นทางสังคมผ่านพิธีกรรมในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังเป็นการปลดปล่อยให้คนออกนอกจากบังคับเป็นการชั่วคราวโดยเฉพาะเพศชายที่อยู่ในฐานะโดดเดี่ยวและต่ำต้อยกว่าเพศหญิง อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมิใช่เพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามาจัดงาน หากเป็นเพราะสภาพสังคมที่คลี่คลายลงและมีความหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้เพศชายผูกขาดงานบุญบั้งไฟมากขึ้น มีการแสดงเพิ่มขึ้น ความเชื่อและพิธีกรรมดั้งเดิม

หมดความหมายมีการพนันเข้ามาเกี่ยวข้อง และเกิดระบบความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างใหม่ ได้แก่ การเกิดชาวกัม ชวาตลาด กลุ่มชนชั้นนำตามจารีต กลุ่มข้าราชการ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในมุมมองของนักมานุษยวิทยาการท่องเที่ยวต่างมองว่า การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนอาจนำไปสู่กระบวนการผลิต เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และในอีกทางหนึ่งอาจเป็นการทำลายรากเหง้าทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (ชัยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) ในขณะเดียวกัน กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนที่ถูกผลิตขึ้นมาถูกนำมาใช้เพื่อการโต้ตอบ การช่วงชิง เพื่อตอบสนององวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนบางกลุ่มโดยผ่านเวทีการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ชุมชนจึงถูกสร้างขึ้นโดยผ่านประเพณีประติฐ์ของแต่ละชุมชน

กล่าวโดยสรุป ประเพณีประดิษฐ์เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่นำไปสู่การทำความเข้าใจถึง การกระบวน รื้อฟื้นทางวัฒนธรรมชุมชนซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประเพณี พิธีกรรม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โดยมีการอ้างอิงความสัมพันธ์ในอดีต ขณะเดียวกันก็มีกระบวนการคัดเลือก คัดสรรและตีความใหม่ เพื่อรับใช้ในฐานะการณปัจจุบัน นอกจากนี้ รูปแบบของการประดิษฐ์ประเพณีเป็นกระบวนการนำเอา ประเพณีไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกและแนวคิดการ ท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ที่พยายามอธิบายว่าวัฒนธรรมและประเพณีถูกนำเอาไปใช้ในการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับประเพณีและวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยบริบท ของสังคมด้วย

2.5 ภูมิสังคม

การพัฒนาจะมีความยั่งยืนได้ในแต่ละท้องถิ่นจำเป็นต้องคำนึงถึงความเป็นภูมิสังคมของแต่ละแห่งด้วยเป็นสำคัญ เพราะภูมิสังคมแสดงถึงความเป็นรากเหง้าทั้งของภูมิประเทศและคนเป็นความหลากหลายทางชีวภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรม เป็นต้น (ภูสิทธิ์ ชันติกุล, 2556) การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์จำเป็นต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิสังคมและลักษณะสังคมที่แตกต่างกันออกไป

คำว่า “ภูมิสังคม” (Social Geography) หรือ Geosocial (n.) หมายถึง ความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ ทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ชีวภาพ วิถีชีวิต ประเพณี ขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรม (English-Thai: Longdo Dictionary) (ภูมิสังคม, 2555) เป็นคำที่เพิ่งจะได้รับความนิยมแพร่หลายเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงใช้หลักการนี้เป็นหลักการทรงงานที่ว่า

“การพัฒนาใด ๆ ต้องคำนึงถึงสภาพภูมิประเทศของบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร และสังคม วิทยาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยใจคอของคน ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นที่มีความ แตกต่างกัน”

ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า “...การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ในสังคมวิทยา คือ นิสัยใจคอของคนเราจะไปบังคับให้คนอื่นคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้ แต่ถ้าเราเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริง ๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง...” (คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

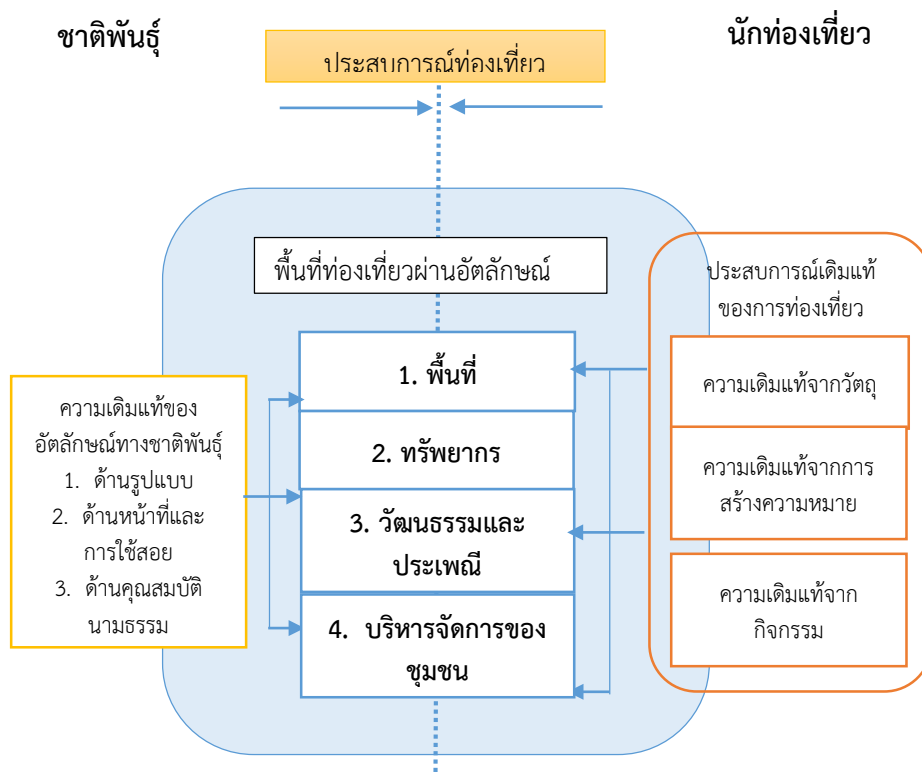
ทั้งนี้ โครงการพระราชดำริต่าง ๆ ที่พระองค์ทรงเป็นผู้ริเริ่มดำเนินการก็ทรงอยู่กับการยึดหลักภูมิสังคมมาโดยตลอด จากประสบการณ์สนองพระราชดำริ เรียนรู้หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ของ ดร.สุเมธ ตันติเวชกุล ได้เล่าว่า ก่อนที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะพระราชทานโครงการใดโครงการหนึ่งจะทรง “ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ” ให้ได้รายละเอียดที่ถูกต้องเพื่อที่จะพระราชทานความช่วยเหลือได้อย่างถูกต้อง ตรงความต้องการของประชาชนและทรงเตือนว่า การวางโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาประเทศนั้น ต้องให้ความเคารพและสอดคล้องกับ “ภูมิสังคม” โดย “ภูมิ” คือ ให้ความเคารพภูมิศาสตร์ และทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่รอบตัวเรา หรือภาษาชาวบ้าน คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ ที่อยู่ล้อมรอบตัวเรา เนื่องจากแต่ละแห่ง แต่ละภูมิภาค แต่ละมมเมืองนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง (ภูสิทธ์ ชันติกุล, 2556) สำหรับ “สังคม” นั้น คือ คน โดยจะเห็นว่าความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมหลักปฏิบัติ ค่านิยมของคนที่อยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ แทบจะไม่เหมือนกันเลย จึงทรงกำชับให้ความเคารพต่อสองสิ่งนี้ รวมถึงต้องมีวิธีคิดอย่าง “องค์รวม” หรือมองอย่างครบวงจร ซึ่งไม่จำเป็นต้องผูกมัดติดตำรา หรือวิชาการและเทคโนโลยีที่อาจจะไม่เหมาะสมกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ด้วยความสำคัญที่ภูมิสังคมเป็นหนึ่งในหลายหลักการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวใช้สำหรับการทรงงานเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนทั่วประเทศนั้นเพราะว่า การทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นการดำเนินงานในลักษณะทางสายกลางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของสังคมไทยและสามารถปฏิบัติได้จริง โดยทรงเน้น “การพัฒนาคน” เป็นตัวตั้ง และยึดหลักผลประโยชน์ของปวงชน และการมีส่วนร่วมตัดสินใจของประชาชน ตลอดจน “ภูมิสังคม” ที่คำนึงถึงความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่และการพึ่งตนเอง โดยรู้จักประมาณตนและดำเนินการด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง และ “ทำตามลำดับขั้น” อย่างบูรณาการ ซึ่งอาศัยความ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” และการ “รู้ รัก สามัคคี” ของทุกฝ่าย ส่งผลให้ประชาชนและชุมชนในชนบทที่ได้ดำเนินการตามแนวพระราชดำรินี้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ สังคมมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม ดำเนินการได้อย่างประหยัดและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน อันนำไปสู่ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็ง และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ดังนั้น ภูมิสังคมจึงเป็นลักษณะทางกายภาพ ลักษณะของพื้นที่ วิถีชีวิต ค่านิยม ความหลากหลายของชนบทรอบเนินมประเพณีที่อยู่รอบท้องถิ่นที่มีผู้คนอาศัยอยู่ ซึ่งมีความแตกต่างกันตามตามลักษณะภูมิประเทศ โดยการพัฒนาชุมชนแต่ละครั้งในแต่ละท้องถิ่นต้องคำนึงถึงภูมิสังคมอยู่เสมอ (ภูสิทธ์ ชันติกุล, 2556)

2.6 บทสรุป

การศึกษาความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยศึกษาจากแนวคิดของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ว่ามีความหมายและความหลากหลายต่อกลุ่มชาติพันธุ์อย่างไร ตลอดจนความหมายของตัวตนชาติพันธุ์เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และจัดหมวดหมู่ของอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการเก็บไว้เฉพาะกลุ่มตนเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อพิจารณาว่ากลุ่มชาติพันธุ์นำเสนออัตลักษณ์อะไรเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบของอัตลักษณ์ทั้ง 3 ด้าน คือ 1) รูปแบบ 2) หน้าที่ และการใช้สอย และ 3) ด้านคุณสมบัตินามธรรม ขณะเดียวกันแนวคิดประเพณีประเพณีประเพณีและทฤษฎีภาวะความทันสมัยมาทำให้ความสำคัญของอัตลักษณ์ปรับตัวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไร และแนวคิดความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานรองรับในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านความเดิมของนักท่องเที่ยวใน 3 ลักษณะ คือ 1) ความเดิมแท้จากวัตถุ 2) ความเดิมแท้จากการสร้างความหมาย และ 3) ความเดิมแท้จากกิจกรรม ดังภาพที่ 2.7 พร้อมทั้งนำเสนอทางออกว่าควรแก้ไขปัญหาในการท่องเที่ยวทางเลือกที่เกิดขึ้นได้อย่างไร ทั้งนี้ การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ดังตารางที่ 2.5 และเกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2.6 โดยปรับปรุงจากเกณฑ์การประเมินของเกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555; Hoi An Protocal (2005); Wang (1999) & Andriotis (2011)



ภาพที่ 2.7 กรอบการศึกษาความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวผ่านอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

ตารางที่ 2.5 เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในฐานะทรัพยากรท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ของ ชาติพันธุ์	เกณฑ์ประเมินความเดิมแท้		
	รูปแบบ	หน้าที่และการใช้สอย	คุณสมบัติทาง นามธรรม
1. พื้นที่ 2. ทรัพยากร 3. ประเพณีวัฒนธรรม 4. การบริหารจัดการ	- การจัดวางระยะ - การออกแบบ - วัสดุ - ทักษะฝีมือเชิงช่าง - การเชื่อมโยงกับ คุณสมบัติอื่นๆหรือ สถานที่	- การใช้สอย - ผู้ใช้ - ความสัมพันธ์ - การเปลี่ยนแปลง ลักษณะการใช้แต่และ ช่วงเวลา - ผลกระทบของการใช้ - การใช้สอยที่ตอบสนอง กับสิ่งแวดล้อม - การใช้สอยที่ตอบสนอง กับบริบทของ ประวัติศาสตร์	- ความงดงามทางศิลปะ - คุณค่า - จิตวิญญาณ - ผลกระทบต่ออารมณ์ - บริบททางศาสนา - ความสัมพันธ์ทาง ประวัติศาสตร์

(ปรับปรุงจาก Hoi An Protocal, 2005; Wang 1999; Andriotis, 2011 & เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

ตารางที่ 2.6 เกณฑ์การประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว

อัตลักษณ์	เกณฑ์การประเมิน	อ้างอิง
1. พื้นที่	ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับ เรื่องราวในอดีตของชุมชน	Kolar & Zabkar (2010) Andriotis (2011) Yeoman et al. (2007)
	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	Bryce et al. (2015) Andriotis (2011)
	เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	Andriotis (2011)
2. ทรัพยากร		
2.1 ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	Gilmore & Pine (2007) Yeoman et al. (2007)
	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายใน ชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	McIntosh (2004) Jamal & Hill (2007)
2.2 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม		
2.2.1 วัฒนธรรมการ แต่งกาย (วันธรรมดา วันงาน ประเพณี พิธีกรรม)	ชุมชนได้แต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์	Andriotis (2011) Gilmore & Pine (2007) Chronis & Hampton (2008)
	ชุดแต่งกายของชุมชนมีความงดงาม แตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	Bryce et al. (2015) Stewart (2008)

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	เกณฑ์การประเมิน	อ้างอิง
	ชุดแต่งกายของชาติพันธุ์ทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	Stewart (2008) Yeoman et al. (2007)
2.2.2 วัฒนธรรมการบริโภค	อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	Robinson & Clifford (2012) Yeoman et al. (2007)
	รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	Jang, Ha & Park (2012)
	การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	Robinson & Clifford (2012)
	สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	Gilmore & Pine (2007) Robinson & Clifford (2012)
2.2.3 ความเชื่อของชุมชนในการดำรงชีวิต	การมีส่วนร่วมของกิจกรรมความเชื่อของชาติพันธุ์	Belhasen, Caton & Stewart (2008)
3. ประเพณีวัฒนธรรม		
3.1 วัฒนธรรมที่จับต้องได้		
3.1.1 บ้านเรือนพื้นถิ่น	รูปแบบของบ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	Waller & Lea (1998)
	วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	Waller & Lea (1998) Andriotis (2011)
3.1.2 โบราณสถานของชุมชน	โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	Yeoman et al. (2007) Gilmore & Pine (2007)
	โบราณสถานของชุมชนสร้างความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์	Andriotis (2011)
3.2 วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้		
3.2.1 ภาษาถิ่น และ/หรือ ภาษาชาติพันธุ์	ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	McIntosh (2004)
	นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ	Rous & Thorn (2008)
3.2.3 ศิลปะการแสดง	การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	Steiner and Reisinger (2006)
	นักท่องเที่ยวรู้สึกสนุกต่อประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	Bryce et al. (2015) Chhabra, Healy & Sills (2003)
	การแสดงของชาติพันธุ์สร้างอารมณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน	Bryce et al. (2015) Steiner and Reisinger (2006)
3.2.4 แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล	พิธีกรรมเชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	Kolar & Zabkar (2010) Chhabra, Healy & Sills (2003)
	พิธีกรรมมีความเดิมแท้และเชื่อมโยงกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	Kolar & Zabkar (2010)

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	เกณฑ์การประเมิน	อ้างอิง
	นักท่องเที่ยวนมีโอกาสเข้าร่วมพิธีกรรมกับชุมชน	McIntosh, A.J., 2004
3.2.5 งานช่างฝีมือดั้งเดิม	สินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	Andriotis (2011) Kolar & Zabkar (2010)
	วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	Steiner and Reisinger (2006)
	งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	Yang (2011)
	นักท่องเที่ยวนมีโอกาสทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง	Chhabra, Healy & Sills (2003) Robinson & Clifford (2012)
	ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย	Gilmore & Pine (2007) Yeoman et al. (2007) Robinson & Clifford (2012)
3.2.6 ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล	แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน	Steiner and Reisinger (2006)
	นักท่องเที่ยวนมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์	McIntosh (2004) Chhabra, Healy & Sills (2003)
4. การบริหารจัดการ	กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนเรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	Kim & Jamal, 2007 McIntosh, A.J., 2004
	ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	Kolar & Zabkar (2010)
	ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	McIntosh, A.J., 2004
	ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	Chronis & Hampton (2008)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ความเต็มแท้นการท่องเที่ยวยทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง” เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research for Development) โดยทำการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีทั้งสิ้น 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ไทยดำ ไทยพวน ไทยแสก ไทยกะเลิง ไทย่า ไทยอู้อ ไทยโส้ และภูไท ใน 4 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนมและมุกดาหาร ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุด เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง 4 วัตถุประสงค์ ได้แก่

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 3) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเต็มแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- 4) เพื่อสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โดยมีขั้นตอนในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 แนวทางการนำเสนอข้อมูล

จากข้างต้น รายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาประกอบด้วย

3.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนและหน่วยงานภาครัฐในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง							วิธีการ คัดเลือก ตัวอย่าง
	ประชาชน			หน่วยงาน			รวม	
	ปราชญ์ ชุมชน	ผู้นำ ชุมชน	ตัวแทน ชุมชน	สำนักงาน วัฒนธรรม จังหวัด	การ ท่องเที่ยว แห่ง ประเทศ ไทย	องค์การ บริการ ส่วน ตำบล		
ไทดำ	2	3	3	1	1	1	11	การสุ่มแบบ เจาะจง (Purposive Sampling)
ไทพวน	2	2	3	1	1	1	10	
ไทแสก	2	1	3	1	1	1	9	
ไทกะเลิง	2	2	3			1	8	
ไทข่า	2	1	3			1	7	
ไทญ้อ	2	2	3			1	8	
ไทโส้	2	3	3			1	9	
ภูไท	3	3	3			1	1	
รวม	17	17	24	4	3	8	73	

3.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ดังสูตร (Yamane, 1973)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย
 e คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้ ในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม จึงแยกเก็บข้อมูลตามกลุ่มชาติพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ชาติพันธุ์	จำนวน (คน)			วิธีการคัดเลือก ตัวอย่าง
	ประชากร*	กลุ่มตัวอย่างจาก การคำนวณ	กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	
ไทดำ	4,303	365.98	400	การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)
ไทพวน	4,368	366.44	400	
ไทแสก	7,285	379.18	400	
ไทกะเลิง	7,354	379.37	400	
ไทข่า	5,864	374.46	400	
ไทญ้อ	7,458	379.64	400	
ไทโส้	4,496	367.32	400	
ภูไท	3,556	359.56	400	
รวม	44,684	2,972	3,200	

* ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบบสถิติทางการทะเบียน เดือนธันวาคม 2557

3.1.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1977) โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 อนุญาต ดังสูตร (Cochran, 1977)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (ในกรณี

ที่ไม่ทราบค่า P กำหนด P เท่ากับ 0.5)

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

โดยที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Z เท่ากับ 1.96

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ โดยที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ทั้งนี้ ในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม จึงแยกเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวตามกลุ่มชาติพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ชาติพันธุ์	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)			วิธีการคัดเลือก ตัวอย่าง
	ประชากร*	กลุ่มตัวอย่างจาก การคำนวณ	กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	
ไทดำ	ไม่ทราบจำนวน ประชากรที่ แน่นอน เนื่องจากชุมชน ไม่ได้จัดเก็บสถิติ นักท่องเที่ยว	384.16	400	การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)
ไทพวน		384.16	400	
ไทแสก		384.16	400	
ไทกะเลิง		384.16	400	
ไทข่า		384.16	400	
ไทญ้อ		384.16	400	
ไทโส้		384.16	400	
กูไท		384.16	400	
รวม		3089.28	3,200	

ที่มา : สัมภาษณ์

3.1.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสร้างต้นแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชาชนและหน่วยงานภาครัฐในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง						วิธีการ คัดเลือก ตัวอย่าง
	ประชาชน		หน่วยงาน			รวม	
	ปราชญ์ ชุมชน	ผู้นำ ชุมชน	สำนักงาน วัฒนธรรม จังหวัด	การ ท่องเที่ยว แห่ง ประเทศไทย	องค์การ บริการ ส่วนตำบล		
ไทดำ	2	3	1	1	2	9	การสุ่มแบบ เจาะจง (Purposive Sampling)
ไทพวน	2	2	1	1	2	8	
ไทแสก	2	1	1	1	2	7	
ไทกะเลิง	2	2			2	6	
ไทข่า	2	1			1	4	
ไทญ้อ	2	2			2	6	
ไทโส้	2	3			2	7	
กูไท	3	3	1	2	9		
รวม	17	17	4	3	15	56	

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

- 3.2.1.1 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในอดีต
- 3.2.1.2 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ตามสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน
- 3.2.1.3 เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ แบบสอบถามสำหรับชุมชน เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และทัศนคติต่อการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) มีเกณฑ์การให้คะแนนจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert (1932) คือ

3.2.2.1 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ แบ่งเป็น

เปลี่ยนแปลงมากที่สุด	5	คะแนน
เปลี่ยนแปลงมาก	4	คะแนน
เปลี่ยนแปลงปานกลาง	3	คะแนน
เปลี่ยนแปลงน้อย	2	คะแนน
เปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด	1	คะแนน

3.2.2.2 ระดับของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

ทั้งนี้ แบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม

ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมและวัฒนธรรม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยใช้แบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) มีเกณฑ์การให้คะแนนจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert (1932) คือ

3.2.3.1 ระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

สำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
สำคัญมาก	4	คะแนน
สำคัญปานกลาง	3	คะแนน
สำคัญน้อย	2	คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

3.2.3.2 ระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

รับรู้มากที่สุด	5	คะแนน
รับรู้มาก	4	คะแนน
รับรู้ปานกลาง	3	คะแนน
รู้น้อย	2	คะแนน
รู้น้อยที่สุด	1	คะแนน

ทั้งนี้ แบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัย กำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

3.2.4.1 ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3.2.4.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

3.2.4.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

3.2.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.5.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) กำหนดหัวข้อในการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 3) สร้างแบบสัมภาษณ์ในการจัดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามปลายเปิด
- 4) นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบความถูกต้อง
- 5) ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
- 6) นำแบบสัมภาษณ์เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อคำถาม
- 7) ปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3.2.5.2 การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) สร้างแบบสอบถามในการวิจัยโดยพิจารณาถึงแนวคิดให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)
- 3) นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง
- 4) ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
- 5) นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อคำถาม
- 7) ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคำนวณค่าความสอดคล้องด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

สอดคล้อง	เท่ากับ	+1
ไม่แน่ใจ	เท่ากับ	0
ไม่มีความสอดคล้อง	เท่ากับ	-1

ทั้งนี้ ค่าความสอดคล้องของเครื่องมือทั้ง 3 ประเภท ดังตารางที่ 3.5 มากกว่าค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ คือ มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยมีสูตรในการคำนวณ (กรมวิชาการ, 2545) คือ

สอดคล้อง	เท่ากับ	+1
ไม่แน่ใจ	เท่ากับ	0
ไม่สอดคล้อง	เท่ากับ	-1

สูตรในการคำนวณ (กรมวิชาการ, 2545)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

R แทน คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.5 ค่าความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นการศึกษา	เครื่องมือในการวิจัย	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	แบบสัมภาษณ์ชุมชน	0.80
การนำอัตลักษณ์เสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แบบสอบถามชุมชน	0.75
ระดับความสำคัญและการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	แบบสอบถามนักท่องเที่ยว	0.85
รูปแบบการพัฒนาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	แบบสัมภาษณ์ชุมชน	0.80

3.3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ดังตารางที่ 3.6 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ (Cronbach, 1970) ดังนี้

$$\alpha_k = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α_k	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	$\sum s_i^2$	แทน	ค่าจำนวนข้อของแบบสอบถาม
	s_t^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	K	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

ตารางที่ 3.6 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบเครื่องมือ	เครื่องมือในการวิจัย	ค่าความเชื่อมั่น (ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา)
จำนวนตัวอย่าง 80 ชุด กับชุมชน	1. แบบสอบถามชุมชนเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	0.851
จำนวนตัวอย่าง 80 ชุด กับนักท่องเที่ยว	2. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับ ความสำคัญและการรับรู้ของประสบการณ์ด้าน ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	0.821

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยดังนี้

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

3.4.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาภาคสนามด้วยแบบสอบถามจากชุมชนเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จำนวน 3,200 คน และแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับระดับความสำคัญและการรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จำนวน 3,200 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษา

3.4.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาภาคสนามด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับตัวแทนของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 17 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่เผชิญหน้ากันด้วยคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ได้ประเด็นหลักเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบัน

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และประเพณีประติสฐ์ในบริบทการท่องเที่ยว ซึ่งได้จากการค้นคว้ารวบรวมเอกสาร วารสาร หนังสือวิทยานิพนธ์และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว เว็บไซต์ประจำจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักวิทยากร มหาวิทยาลัยขอนแก่นและห้องสมุด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และประมวลผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามสำหรับชุมชนและนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

3.5.1.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

1) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความต้องการของชุมชนในการนำเสนออัตลักษณ์ให้เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้สูตร (Shirley Dowdy, 2005)

$$\text{สูตรร้อยละ} = \frac{X}{n} \times 100$$

เมื่อ	X	แทน	จำนวนความคิดเห็น
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D)

ใช้อธิบายเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ความสำคัญและการรับรู้ ประสิทธิภาพด้านแท้จริงของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดการให้คะแนนแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert's Scale (Rating Scale) ที่ผู้ประเมินให้ค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนแต่ละตัวเลือก (Likert, 1932) ดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ แบ่งเป็น

เปลี่ยนแปลงมากที่สุด	5	คะแนน
เปลี่ยนแปลงมาก	4	คะแนน
เปลี่ยนแปลงปานกลาง	3	คะแนน
เปลี่ยนแปลงน้อย	2	คะแนน
เปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด	1	คะแนน

2) ระดับของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

3) ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการ

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ แบ่งเป็น

รับรู้มากที่สุด	5	คะแนน
รับรู้ใจมาก	4	คะแนน
รับรู้มากปานกลาง	3	คะแนน
รับรู้บ้าง	2	คะแนน
รู้น้อยที่สุด	1	คะแนน

ในการประเมินผลจะใช้วิธีการแปลผลแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยคำตอบของแบบสอบถามโดยพิจารณาตามเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร Shirley Dowdy (2005) ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

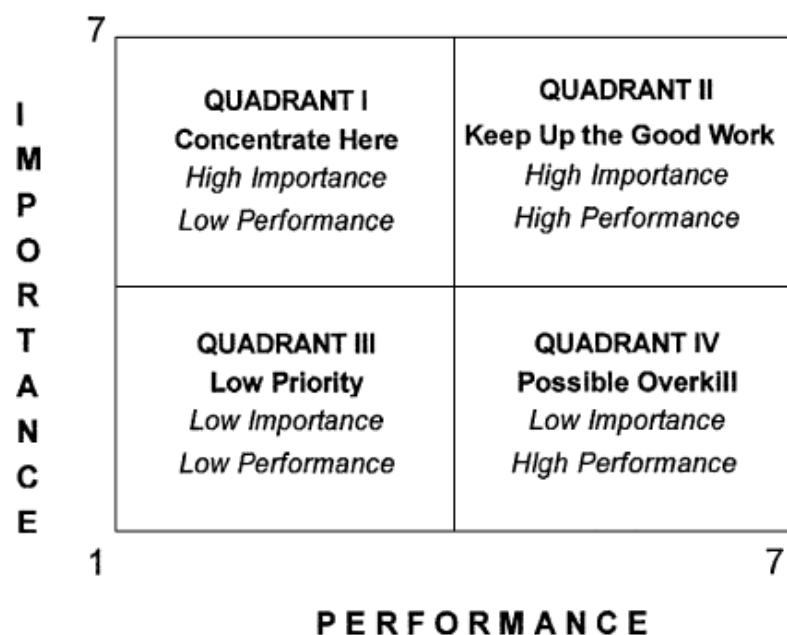
เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยใช้สูตร Shirley Dowdy (2005) ดังนี้

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3) การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) เป็นการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อประสิทธิภาพด้านความแท้จริงของนักท่องเที่ยว (Importance Performance Analysis: IPA) ซึ่งเป็นเทคนิคในการช่วยตัดสินใจเลือกองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ด้วยการพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของระดับความสำคัญกับการรับรู้ต่อประสิทธิภาพด้านความแท้จริงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยนำมาสร้างและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแผนภาพดังภาพที่ 3.1 โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 3.7



ภาพที่ 3.1 Importance Performance Analysis Grid

ที่มา : Chu & Choi (2000)

ตารางที่ 3.7 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้กับผลการปฏิบัติงาน (IPA)

Quadrant	การประเมิน	ระดับ		การแปลความหมาย
		การรับรู้	ความพึงพอใจ	
1 (I)	ต้องปรับปรุง (Concentrate Here)	สูง	ต่ำ	องค์กรต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน
2 (II)	ดีอยู่แล้ว (Keep up Good Work)	สูง	สูง	องค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป
3 (III)	สำคัญน้อย (Low Priority)	ต่ำ	ต่ำ	องค์กรไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจมากนัก เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องน้อย
4 (IV)	ดีเกินไป (Possible Overkill)	ต่ำ	สูง	องค์กรควรมองข้ามไปก่อน เนื่องจากมีความสำคัญน้อยประกอบกับการดำเนินงานเป็นที่พึงพอใจ อาจทำให้สูญเสียงบประมาณหรือต้นทุนที่เกินความจำเป็น

(ปรับปรุงจาก ราณี อีสัยกุลและคณะ, 2552; ศุภกร ลิ้มคุณธรรมโม, 2556; Martilla & James, 1977; Chu & Choi, 2000; & Wong, Hideki & George, 2011)

3.5.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และประมวลผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) โดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง การบันทึกเสียงและการถ่ายภาพ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้จากแหล่งอื่น ๆ ตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

3.6 แนวทางการนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาแปลผลแล้วนำเสนอเป็นความเรียง อธิบายการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

3.6.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยนำเสนอในบทที่ 4 ข้อที่ 1 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ประกอบด้วย

- 3.6.1.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
- 3.6.1.2 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในอดีตกับสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน
- 3.6.1.3 สาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์

3.6.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยนำเสนอในบทที่ 4 ข้อที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ในมุมมองของชุมชนต่อการนำมาเป็นมาทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

- 3.6.2.1 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- 3.6.2.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- 3.6.2.3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

3.6.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยนำเสนอในบทที่ 4 หัวข้อที่ 3 ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในมุมมองของนักท่องเที่ยว ดังนี้

3.6.3.1 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

3.6.3.2 อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์

3.6.3.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

3.6.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 โดยนำเสนอในบทที่ 4 หัวข้อที่ 4 ต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ ดังนี้

3.6.4.1 ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3.6.4.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

3.6.4.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

- 4.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
 - 4.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
 - 4.3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
 - 4.4 เพื่อสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- จากข้างต้น รายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับตัวแทนของชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในอดีตกับสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันและสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บนความเดิมแท้ที่มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ไทดำ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียง เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2535 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 อัตลักษณ์ไทดำ

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการ เปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชน	ชุมชน นิยมตั้งถิ่นฐานที่อยู่ห่างไกลจากชุมชน เนื่องจากเป็นชนกลุ่มน้อย จึงต้องสร้างชุมชนที่แยกตัวออกจากสังคม	พื้นที่ชุมชนอยู่ห่างไกลจากตัวอำเภอเมืองประมาณ 30 กิโลเมตร และแยกเข้าไปในหมู่บ้านอีก 10 กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศ	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีการเปลี่ยนแปลงประกอบกับ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการ เปลี่ยนแปลง
	ใหญ่ และเลือกพื้นที่ที่มีความ อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	มีทุ่งนาและภูเขาล้อมรอบ ชาวบ้านเรียกว่า "ภูแก้ว" (ชื่อตำบลใน	ความเจริญทาง วิทยาศาสตร์เข้า
	ปลูกเรือนในพื้นที่ใกล้ภูเขาและ มีแม่น้ำไหลผ่าน "คนไทดำมัก (ชอบ) แบบมีภูเขา ห้วยน้ำ หากินได้ง่ายดี (เยี่ยม)" (นายแหวน ช้อนเปี้ยยุ้ง, สัมภาษณ์: 2557)	ปัจจุบัน คือ ตำบลเขาแก้ว) และมีห้วยน้อยและลำน้ำ ห้วย เป็นแหล่งแหล่งน้ำที่ หล่อเลี้ยงชุมชนไทดำมา นานกว่า 100 ปี	มาในพื้นที่ชุมชน มากขึ้น จึงทำให้ ทำเลที่ตั้งของ ชุมชนมีความเป็น สังคมสมัยใหม่มาก ขึ้นจากอดีต
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ ระหว่างทรัพยากร ทางธรรมชาติกับการ ดำเนินชีวิตของชุมชน	ไทดำมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงกับ ธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะการทำไร่ ทำนา "ทำไร่ทำนาทำอะไรเล็กๆ น้อยๆ ไม่ได้ทำเยอะ ปัจจุบันก็ทำนา" (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์: 2557) โดยเฉพาะการทำนา เป็นอาชีพ หลักของไทดำตั้งแต่อดีต ดังคำ กล่าวของไทดำที่ว่า "สัวเฮ็ดไฮ้ ไตเฮ็ดนา" (เพชรตะบอง ไพศุณย์, 2553)	วิถีชีวิตของไทดำยังคงมีการ ทำนาตามฤดูกาล และการ ทำไร่ข้าวโพด และถั่วเหลือง "ทำไร่ ไร่ข้าวโพด แต่ก่อนไม่ มีข้าวโพด เดี๋ยวนี้ก็มีถั่ว ด้วย" (นายพิน โสตาตา, สัมภาษณ์: 2557)	การปรับเปลี่ยนวิถี ชีวิตตามสภาพของ สังคมในปัจจุบันที่มี ความเป็นสังคม เมืองมากขึ้น ทำให้ ชุมชนไทดำพึ่งพิง ธรรมชาติในการ ดำเนินชีวิตน้อยลง แต่ยังคงรักษา อัตลักษณ์ของวิถี ชีวิตโดยเฉพาะการ ทำนา ซึ่งปฏิบัติ สืบเนื่องทุกปี
2) การทรัพยากรทาง ธรรมชาติ	ชุมชนไม่ได้มีการรักษา ทรัพยากรอย่างจริงจัง เนื่องจาก สภาพแวดล้อมมีความอุดม สมบูรณ์	ชุมชนมีป่าชุมชนเป็นพื้นที่ การอนุรักษ์ป่าไม้ของชุมชน	ชุมชนให้ ความสำคัญในการ อนุรักษ์ทรัพยากร ทางธรรมชาติมาก ยิ่งขึ้น เนื่องจาก สภาพแวดล้อมถูก ทำลายและชุมชน ได้รับผลกระทบ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของ ชุมชน	หอเจ้าบ้านเป็นสถานที่สำคัญ ของชาวไทดำ ตั้งแต่อดีตกาลใน การประกอบพิธีกรรมเลี้ยงเจ้า บ้าน เนื่องจากไทดำมีความเชื่อ เรื่องผีบ้าน เปรียบเหมือน เทวดาที่คอยปกป้องรักษา ชาวบ้านให้อยู่ร่มเย็นเป็นสุข จึง ต้องมีการเลี้ยง เมื่อเสร็จจาก การประกอบพิธีกรรม ชาวไทดำ จะมีการเล่นอย่างสนุกสนาน (เพชรตะบอง ไพศุนย์, สัมภาษณ์: 2557)	หอเจ้าบ้านของไทดำ มี ทั้งหมด 4 หลัง ได้แก่ หอเจ้า ไทดำ หอเจ้าอนุเวียงจันทน์ หอเจ้าภูแก้วและหอเจ้าภู หวด ซึ่งเป็นสถานที่ในการ ประกอบพิธีกรรมเลี้ยงเจ้า บ้านหรือเลี้ยงหอบ้าน เพื่อ สร้างขวัญและกำลังใจให้กับ ชาวไทดำ เป็นสิ่งที่สืบทอดมา ตั้งแต่อดีตกาล ปัจจุบันยังคง รักษาไว้ แต่มีเพียงบางส่วนที่ หายไป "หอเจ้าบ้าน เป็นสถานที่ สำคัญที่สุด (เลี้ยงยาว) ของ หมู่เฮา สืบทอดตั้งแต่บรรพ บุรุษ ใครไม่ร่วมพิธีจะถูก ชาวบ้านว่าเอา" (บุญไส่ ไพศุนย์, สัมภาษณ์: 2557)	หอเจ้าบ้านใช้ ประกอบพิธีเลี้ยงเจ้า บ้านไทดำ ปัจจุบัน ไม่มีการเล่น เหมือนในอดีต และ มีคนที่ไม่ใช่ไทดำมา ร่วมงานมากขึ้นทุกปี ซึ่งทำให้เห็นการ ผสมผสานวัฒนธรรม ของชุมชนอย่าง กลมกลืน มีการแก้ บนมากขึ้นทุกปี และ ไม่มีการเซล่ำบ้าน (กำบ้าน)
3. ประเพณีและ วัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	บ้านไทดำ มีลักษณะเป็นบ้าน สองชั้นพื้นสูง ใต้ถุนบ้านเป็น พื้นที่ใช้สอยอเนกประสงค์ เช่น เลี้ยงสัตว์ไว้ใช้งาน "มีแต่บ้านไม้ ยกสูง ใต้ถุนบ้านไว้ เลี้ยงวัวเลี้ยงควายเลี้ยงเป็ดเลี้ยง ไก่ มีขอกุดเป็นสัญลักษณ์แทน เขาควายเป็นแต่เกวตรงปลายจะ เป็นโค้งๆ เหมือนเขาควาย แต่ เดี๋ยวนี้ไม่มีแล้ว" (พิน โสตาตา, สัมภาษณ์: 2557)	บ้านไทดำในหมู่บ้าน มีความ เป็นสมัยใหม่ เหมือนกับบ้าน ในชุมชนทั่วไป "แต่ปัจจุบันเป็นแบบบ้านปูน เดี๋ยวนี้เป็นบ้านสมัยใหม่ (สายหน้า)" (แหวน ช้อนเปี้ยยง, สัมภาษณ์: 2557) ในชุมชนมีการอนุรักษ์แบบ บ้านไทดำจำลอง เพื่อแสดง ถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ โดยจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ใน หมู่บ้าน	ความทันสมัยได้เข้า มาในพื้นที่ ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงต่อ ลักษณะบ้านเรือน ของชุมชน มี บ้านเรือนสมัยใหม่ ตั้งขึ้นในหมู่บ้าน ผสมผสานกับ รูปแบบบ้านดั้งเดิม แต่บางหลังยังคง ประดับด้วย ขอกุด เขาควาย เพื่อแสดง ตัวตนของชาติพันธุ์ ให้กับคนภายนอกได้ รับรู้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.2 ภาษาถิ่น หรือ ภาษา ชาติพันธุ์	ภาษาไทยดำ เป็นภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของชาวไทดำตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีภาษาพูดและภาษาเขียน ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ "ไทดำมีฮ้อดภาษาเขียน ภาษาเว้า" (แหวน ช้อนเปี้ยญง, สัมภาษณ์: 2557) "ฮู้ คือ ปู่ อ้าย คือ พ่อ เอ็ม คือ แม่" (เหล็ก ตอนหล้านาม, สัมภาษณ์: 2557) ไทดำนิยมใช้คำว่า กู มึง กับคู่สนทนาทุกระดับ "ไทดำเป็นกลุ่มชนที่พูด กู มึง เด้อ อย่างเช่นลุงคุยพี่สาวว่า มึงชิไปไส (พูดอย่างฉะฉาน) บ่แม่นหยาบคายสำหรับหมู่เฮ้า" (เต๋ดยอด ไพศุณย์, สัมภาษณ์: 2557)	ภาษาไทยดำ ในปัจจุบัน ยังคงมีการใช้อยู่แต่ลดน้อยลง ในรูปแบบของการสื่อสารด้วยภาษาไทยดำควบคู่กับภาษาไทยกลาง โดยเฉพาะการสื่อสารกับบุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง	ไทดำมีการติดต่อสื่อสารกับคนภายนอกมากขึ้น อิทธิพลภายนอกที่เข้ามาส่งผลให้การใช้ภาษาไทยดำลดลง เพราะความเป็นสมัยใหม่ได้กัดกร่อนภาษาอันเป็นเอกลักษณ์ไปทีละน้อย จนถึงปัจจุบันยังมีการใช้ภาษาไทยดำควบคู่กับภาษาไทยกลาง
3.3 การแต่งกาย ของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ชาวไทดำ ผู้หญิงใส่เสื้อก้อม (เสื้อแขนยาว) เป็นเสื้อที่ใช้คู่กับผ้าชิ้นเป็นชุดลำลอง ไ่ว้ผมยาว และมวยผม หรือชุดประจำเผ่าของชาวไทดำหญิง ผู้ชายใส่เสื้อแขนสั้น นุ่งกางเกงขาก๊วย	ปัจจุบัน การแต่งกายของชาวไทดำเหมือนสังคมสมัยใหม่ "ปัจจุบันก็แต่งแบบธรรมดาทั่วไป" (พิน โสดาตา, สัมภาษณ์: 2557)	การได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการแต่งกายของชาวไทดำ จึงมีรูปแบบเป็นการแต่งกายแบบสังคมสมัยใหม่ (เพชร ตะบอง ไพศุณย์, สัมภาษณ์: 2557)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
2) วันงาน ประเพณี	การแต่งกายในงานประเพณี จะใช้เสื้อผ้าที่ทำขึ้นเป็นพิเศษ มีสีดำตกแต่งด้วยผ้าไหมขึ้น เล็กๆ ส่วนใหญ่ มี เครื่องประดับเป็นเงิน ผู้หญิงมี "ผ้าเปียว" ส่วนเด็กจะมีหมวก คล้ายถุงผ้าปักไหมหรือด้าย สวยงามเรียกว่า "มู"	การแต่งกายในงานประเพณี ชุมชนแต่งกายชุดประจำ พิธีกรรมสลับกับชุดสมัยใหม่ เนื่องจากบางคนยังใส่ชุด ประจำชาติพันธุ์ โดยเฉพาะ ผู้สูงอายุ ส่วยวัยรุ่นจนถึงวัย กลางคน บางโอกาสยังใส่ เสื้อผ้าแบบสมัยใหม่ <i>"มีแต่ผู้เฒ่าผู้แก่ แหะละที่ใส่ชุด ไทดำมางาน ส่วนผู้หนุ่มผู้สาว ใส่แบบสมัยใหม่กันหมดแล้ว"</i> (เต๋ยยอด ไพศุณย์, สัมภาษณ์: 2557) ทั้งนี้ ชุมชนมีการอนุรักษ์ให้มี การแต่งกายชุดประจำเผ่าไท ดำ โดยให้นักเรียนชั้น ประถมศึกษาในโรงเรียนบ้าน นาป่าหนดแต่งชุดไทดำทุกวัน ศุกร์	การได้รับอิทธิพลจาก สังคมภายนอก ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงต่อการ แต่งกายของชาวไทดำ จึง มีรูปแบบเป็นการแต่งกาย แบบสังคมสมัยใหม่ (เพชรตะบอง ไพศุณย์, สัมภาษณ์: 2557) ทำให้ความเดิมแท้จาง หายไป เหลือแต่ผู้สูงอายุใน หมู่บ้านที่ยังคงแต่งกาย ด้วยผ้าขึ้นไทดำในวันงาน ประเพณีต่าง ๆ ในชุมชน
3) เหตุการณ์ พิเศษ	-	ไทดำ มีการแต่งกายสำหรับ ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยชุด ประจำชาติพันธุ์ โดยผู้หญิงใส่ เสื้อสีดำ ผ้าถุงสีดำและผู้ชาย ใส่เสื้อสีดำ กางเกงผ้าสีดำ	การท่องเที่ยวเข้ามามี บทบาทต่อการดำเนิน ชีวิตของชุมชน ประกอบ กับหมู่บ้านนาป่าหนด เป็นเพียงหมู่บ้านเดียวใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีชนเผ่าไทดำ จึงได้รับ ความสนใจจาก นักท่องเที่ยว จึงมีพื้นที่ใน การจัดแสดงเอกลักษณ์ ของชนเผ่าโดยจัดแสดง เป็นพิพิธภัณฑ์ไทดำ เพื่อ แสดงวิถีชีวิตของชาว ไทดำแก่สายตา นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
3.3 วัฒนธรรม การบริโภค อาหาร	อาหารการกินของชาวไทดำ เป็นอาหารที่มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่นิยมทานเนื้อสัตว์ ได้แก่ ลาบบักเขือ (ลาบมะเขือ) แจ่วอด (แจ่วบอน อด คือใบบอนคั่น) จูบผัก (ซูบผัก) ลาบบักเขือและข้าวไก่ "การปรุงอาหารไม่มีผงชูรส น้ำปลา จะมีแต่เกลือ กับปลาร้า" (พิน โสคาตา, สัมภาษณ์: 2557) วิธีการรับประทานอาหาร จะนั่งกับพื้น โดยมีสำรับใส่ข้าว นั่งทานกันในครอบครัวใหญ่ "แต่ก่อนก็มีพาหุวย ชันโตก เดี่ยวนี้ไม่ค่อยมีแล้ว ใส่พาข้าว คือพาข้าวพระแบบลายไก่ เลย" (แหวน ซ้อนเปียยุ่ง, สัมภาษณ์: 2557)	อาหารการกินของชาวไทดำ มีลักษณะคล้ายกับอดีต เนื่องจากมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ การเกษตร ทำให้อาหารพื้นบ้านยังคงเป็นอาหารประจำของแต่ละครัวเรือน "ทุกวันนี้ เดี่ยวนี้กินลาบบักเขือ แกงหน่อปลิง แจ่วอด กินคือเก่า" (แหวน ซ้อนเปียยุ่ง, สัมภาษณ์: 2557) แจ่วอด เป็นอาหารพื้นบ้านที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชนเผ่า เนื่องจากแสดงถึงภูมิปัญญาและความภาคภูมิใจของไทดำต่อบรรพบุรุษ "แจ่วอดนี้ สุดยอดเลย ถือว่าเป็นน้ำพริกของไทดำได้เลย ใครเอาวิธีการไปทำ ก็ไม่เหมือนคนไทดำทำ อีกอย่างคำว่า อด บ่งบอกถึงความอดทนของปู่ย่าที่ต่อสู้กับความยากลำบากมา" (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์: 2556)	มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างเนื่องจากในปัจจุบันความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ลดลงส่งผลให้การวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ใช้ทำอาหารน้อยลงด้วยแต่วิถีชีวิตของไทดำยังมีความผูกพันกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตนได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
3.4 ศิลปะ การแสดง	การรำเซปาง เป็นกิจกรรมที่แสดงความเคารพต่อหมอมดประจำหมู่บ้านของชาวไทดำ ปกติจัดขึ้น 3 ปีต่อ 1 ครั้ง เนื่องจากเป็นพิธีกรรมที่ยิ่งใหญ่ ทุกคนในหมู่บ้านจะต้องช่วยกัน การเซปางจะเดินไปรอบๆ ต้นซังปางกับเหล่าผีของหมอมด ให้ผีมืดผีมนตร์ที่เชิญลงมาสนุกสนานที่สุด จนเป็นที่พอใจของผีเหล่านั้น จึงจะส่งคืนไปอยู่บนหิ้งเหมือนเดิม (เพชรตะบอง ไพศุณย์, 2553) "ความจริง เซปาง เป็นพิธีเลี้ยงผีมืด 3 ปีต่อ 1 ครั้ง 3 วัน 3 คืน แต่ก่อนจะทำพิธีได้ต้องช่วยกันทุกบ้าน" (เต๋ดยอด ไพศุณย์, สัมภาษณ์: 2557)	การรำเซปาง ชาวไทดำได้นำการรำเซปางมาประยุกต์เป็นกิจกรรมการแสดงของชนเผ่า เป็นการเต้นรำอย่างสนุกสนานด้วยการแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ และจัดขึ้นทุกปี ในวันทำพิธีในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 3 และเดือน 6 นำมาจัดแสดงในวันขึ้นปีใหม่ของชาวไทดำ เพื่อเป็นการฉลองความอุดมสมบูรณ์ของหมู่บ้าน "ปัจจุบันก็ยังมียู่ แต่ดัดแปลงเพื่อการท่องเที่ยว ไม่มีการสืบทอด ไม่มีหมอมด หมอสื่อ การเป็นหมอมด ความเชื่อ ผี ต้องเลือกคนที่ต้องการว่าจะเลือกเข้าใคร" (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์: 2557)	เมื่อรำเซปางเป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากขึ้น ความทันสมัยของสังคมก็เข้ามามีบทบาทกับชนเผ่า รวมถึงการแสดงประจำเผ่าที่รู้จักกันในชื่อรำเซปาง ก็มีการดัดแปลงเปลี่ยนไปจากอดีตเพื่อการท่องเที่ยว สามารถเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวร่วมสนุกได้
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงาน เทศกาล	ความเชื่อเรื่องแกน แกน คือ เทพผู้ที่มีอำนาจลึกลับเหนือทุกสิ่งทุกอย่างในโลก อำนาจของแกนสามารถทำให้ฝนตก ฟ้าร้อง น้ำท่วม ลมพายุได้ ไทดำจะบูชาแกนด้วยควายเท่านั้น เมื่อไทดำตายไป แกนจะจัดที่อยู่ให้อยู่บนท้องฟ้า ซึ่งอยู่ใกล้กับแกน	ความเชื่อเรื่องแกน ไทดำยังมีความเชื่อว่าแกนมีจริง จึงทำพิธีปาดตังรับในเดือนสิบเป็นประจำ การบูชาแกนเปลี่ยนจากควายเป็นหมู เนื่องจากควายราคาแพงและหายาก พิธีเสนเต็งสูญหายไป การเจ็บป่วยส่วนใหญ่ไม่ได้ขอความช่วยเหลือจากแกนแล้ว ชาวบ้านหันไปรักษาจากโรงพยาบาล พิธีการเสนจ๊วงและพิธีขอน้ำจากแกนสูญหายไป	การแพทย์ในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าทำให้การรักษาไม่ต้องให้แกนช่วย ประกอบกับผู้คนในชุมชนเป็นคนสมัยใหม่ ทำให้ความเชื่อเรื่องแกนได้เลือนลางหายไปจากชุมชน

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
	ความเชื่อเรื่องผีเรือน ไทยดำเชื่อว่า ผู้ที่ตายไปจะเป็นผีเรือนอยู่ที่กะล่อหอง ช่วยป้องกันผีร้ายไม่ให้เข้ามาในเรือน คู่ครองคนในเรือนไม่ให้เป็นอันตราย รักษาสิ่งของและสัตว์เลี้ยงไม่ให้คนมาลักขโมย	ความเชื่อเรื่องผีเรือน ไทยดำยังคงปฏิบัติเหมือนเดิม แต่มีการปรับเปลี่ยน ข้อห้าม โดยอนุโลมให้คนอื่นเข้าไปห้องกะล่อหองได้ในวันปาดตังใหญ่ และมีการเปลี่ยนแปลงผู้สืบผีเรือนให้บุตรชายคนสุดท้ายต้องเป็นแทนพี่ชาย เพราะพี่ชายแต่งงานแล้ว มักจะออกเรือนไปหมด บางครั้งพ่อแม่จะเลือกเอาบุตรชายคนใดคนหนึ่งเป็นผู้สืบผีเรือน (เพชรตะบอง ไพศุนย์ , สัมภาษณ์: 2556)	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญ แต่มีบทบาทน้อยลงจากอดีตเป็นเพราะได้รับอิทธิพลสมัยใหม่เข้ามา
	ความเชื่อเรื่องขวัญ ไทยดำเชื่อว่า แม่บ้านแม่นางใส่ขวัญให้ก่อนจึงส่งมาเกิด มีพิธีแบ่งขวัญ ผู้ทำพิธี ได้แก่ หมอขวัญ หมอเสน และหมอมด	ความเชื่อเรื่องขวัญ ไทยดำ ยังทำพิธีแบ่งขวัญ พิธีซ้อนขวัญ พิธีเรียกขวัญ พิธีสู่ขวัญอยู่เหมือนเดิม และการทำพิธีให้ผีเรือนไปตามเอาขวัญ ยังคงมีอยู่เหมือนเดิม แต่พิธีใช้หมอมดไปตามเอาขวัญไม่มีแล้ว และเยาวชนรุ่นใหม่ไม่ค่อยให้การสนใจเรื่องขวัญ	สังคมมีส่วนเข้ามาเปลี่ยนแปลงความคิดทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ละเลยพิธีกรรมความเชื่อเรื่องขวัญ อย่างไรก็ตามความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญ เพราะเป็นที่พึ่งทางจิตใจ
	ความเชื่อเรื่องการเจ็บป่วย การเจ็บป่วยของคนมาจากการทำผิดผี การถูกผีร้ายทำให้เจ็บป่วย	ความเชื่อเรื่องการเจ็บป่วย ไทยดำเชื่อว่าการเจ็บป่วยของผู้คน เกิดจากการผิดผี เกิดจากขวัญ เกิดจากผีร้ายเกิดจากมนตร์ดำ เกิดจากเชื้อโรคตามธรรมชาติ แต่จะไปรักษาที่โรงพยาบาลก่อน เพราะได้ผลเร็วกว่าและไม่ต้องเสียค่ารักษาพยาบาล ถ้าไม่หายจึงจะรักษาด้วยหมอขวัญ หมอมด หมอมนต์ หมอเสน หมอขวัญ (แหวน ซ้อน เปียยุ่ง, สัมภาษณ์: 2556)	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญ ยังคงแฝงอยู่เฉพาะผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชน แต่ไม่ได้เคร่งครัดเหมือนในอดีต เป็นเพราะได้รับอิทธิพลความคิดแบบสมัยใหม่เข้ามา และพึ่งพาการรักษาโรคด้วยการแพทย์แผนปัจจุบัน

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
	ความเชื่อเรื่องมดหมอต่างๆ ไทดำเชื่อในมดหมอ คำว่า “หมอ” หมายถึง หมอมด หมอมนตร์ หมอเสน หมอขวัญ	ความเชื่อเรื่องมดหมอต่างๆ ไทดำเชื่อในหมอมด เพราะมดหมอเป็นคนดีมีคุณธรรมสูง ชอบช่วยเหลือผู้อื่นๆ เสมอ แต่ปัจจุบันมดหมอที่เป็นหมอมดไม่มีแล้วจึงไม่มีพิธีกินปาง แต่มีคนทำปี่ฮีและเป่าปี่ฮีในพิธีกินปางได้	ปัจจุบันมดหมอที่เป็นคนดีมีคุณธรรมสูงไม่มีผู้สืบทอด แต่ความเชื่อในสิ่งลี้ลับยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญอยู่
	พิธีเสนเรือน ไทดำมีพิธีเสนหลายอย่าง การเสนของผู้สาว เรียกว่า การหล่อเฮือน ในพิธีจะเซ่นเหล้า เซ่นเนื้อควาย เพื่อเลี้ยงผีเรือน	พิธีเสนเรือน ไม่จัดเดือนเก้าและเดือนสิบ เป็นเพียงการเสนสะเดาะเคราะห์เท่านั้น	ความเชื่อในสิ่งที่ลี้ลับยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญอยู่ แต่ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบไปจากความดั้งเดิม เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการประกอบพิธีกรรมมากขึ้น
3.6 งานช่างฝีมือดั้งเดิม	การทอผ้าขึ้นลายแดงโม เป็นผ้าฝ้ายย้อมครามสีคราม เข้มเกือบดำ ทอสลักกับสีขาวหรือสีฟ้าอ่อน เป็นลายทางยาวตรงลงมา ลายเส้นตรงตามแนวยาวนี้ คล้ายกับลายของผลแดงโม จึงนิยมเรียกกันว่า “ลายแดงโม” เป็นลายเฉพาะของสตรีไทดำ ตุ้มนก ตุ้มหนู ใช้ในพิธีแซปาง ประดับเป็นต้นแซปาง งานจักสาน งานฝีมือของผู้ชายไทดำ จักสานเครื่องใช้ การตีเหล็ก ผู้ชายมีฝีมือในการตีเหล็กทำมีด	การทอผ้า เป็นผลิตภัณฑ์หลักของไทดำที่จำหน่ายให้กับคนทั่วไป การทอผ้ามีการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อประหยัดเวลาในการทอผ้า ตุ้มนก ตุ้มหนู ถูกนำไปใช้เป็นสิ่งตกแต่งประดับบ้านเรือน เพื่อความสวยงาม การจักสาน ไทดำ ยังคงมีการจักสานไม้ไผ่ แต่มีจำนวนน้อยลง เนื่องจากไปประกอบอาชีพอื่นในตัวเมือง การตีเหล็ก ปัจจุบันการตีเหล็กได้สูญหายไป เนื่องจากไม่มีผู้สืบทอด	การประยุกต์งานฝีมือเพื่อตอบรับการท่องเที่ยว ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทำให้ลวดลายดั้งเดิมหาได้ยาก เพราะเน้นการผลิตที่เหมาะสมกับสมัยใหม่เป็นที่ดึงดูดความต้องการผู้ซื้อมากขึ้น ในภาพรวมจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงจุดประสงค์ของการประดิษฐ์ชิ้นงานจากใช้ในการประกอบพิธีกรรมและดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นการเสนอสินค้าสู่สายตานักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2535)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)	สาเหตุการเปลี่ยนแปลง
4. การบริหารจัดการของชุมชน 4.1 การนับถือผู้อาวุโส	การนับถือผู้อาวุโส ให้ความสำคัญเคารพนับถือและเชื่อฟังผู้อาวุโส หากใครไม่เชื่อฟังชาวไทดำมีความเชื่อว่าผิดผีและจะมีเหตุร้ายเกิดขึ้น	การนับถือผู้อาวุโส ยังคงเป็นเหมือนอดีต ให้ความสำคัญเคารพนับถือและเชื่อฟังผู้อาวุโส โดยมีโอกาสในการแสดงความเคารพในโอกาสต่างๆ <i>"มีการนับถือผู้เฒ่าผู้แก่ ส่งการน้ําก่ำมาขอพรผู้เฒ่า ตักน้ำมาให้ผู้เฒ่าอาบ ผู้เฒ่าทำให้พรไป"</i> (หม่วน สิ่งเลื่อง, สัมภาษณ์: 2557)	สังคมไทยในระบบอาวุโส มีความสำคัญต่อระบบสังคมไทย ไทดำจึงรับวัฒนธรรมไทยผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทดำ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนพิธีกรรมต่าง ๆ
4.2 บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ	ผู้นำพิธีกรรมทางพิธีกรรม เป็นผู้นำทางจิตวิญญาณ ความเชื่อเรื่องผีจ้ำ (ร่างทรง) มีคนทรงคนเฒ่าคนแก่ หมอมด ในการรักษาการเจ็บป่วยตามความเชื่อเรื่องผี	ไทดำ ยังให้ความสำคัญเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม เพื่อเป็นการสืบทอดพิธีกรรมประเพณีของชนเผ่า แต่มีความเข้มข้นน้อยลง เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ความเชื่อเหล่านี้จางหายไป <i>"เดี๋ยวนี้มันก็จืดก็จางไป"</i> (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์: 2557)	การเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมในปัจจุบัน มีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้นตามเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ ทำให้ขาดความตระหนักต่อการประกอบพิธีกรรมดั้งเดิม แยกเช่นในอดีต ทำให้ระดับความเข้มข้นของความเดิมแท้ในการให้ความเคารพกับผู้นำชุมชนเปลี่ยนแปลงไป

4.1.2 ไทพวน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทพวน บ้านหม้อ ตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียง เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2545 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 อัตลักษณ์ไทพวน

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์ที่ตั้งของ ชุมชน	อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง ฝั่งประเทศลาว เลือกพื้นที่ตั้งที่เป็นพื้นที่ลุ่มน้ำ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ "มาจากเมืองเชียงขวาง มากันเป็นกลุ่ม เห็นที่นี้เป็นที่ลุ่มจึงมาตั้งบ้านเรือนที่นี่ ประมาณ 200 ปีได้" (วัฒนา ใจขาน, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต "ปัจจุบันก็มีวิถีชีวิตที่ใกล้เคียงแม่น้ำเหมือนเดิม" (มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์: 2557)	การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบชุมชนเปลี่ยนรูปแบบไป แต่ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานติดกับแม่น้ำโขงเช่นในอดีต
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน	ชุมชนผูกพันกับแม่น้ำโขง เป็นพื้นที่ในการเลี้ยงชีพ เช่น ทำนา หาปลา ทำสวนริมฝั่งโขง และข้ามไปทำสวนยาสูบ สับปะรด ปลูกพืชผักสวนครัวที่ฝั่งลาว "แต่ก่อนจะทำที่ดอนซึ่งขี้เป็นเกาะ ข้ามโขงไปทำสวนยาสูบ สับปะรด พืชผักสวนครัว" (ศราวุธ สัพโส, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนยังมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ แต่มีการพึ่งพิงน้อยลงกว่าอดีต เนื่องจากชุมชนประกอบอาชีพอื่น "ปัจจุบันก็ยังทำอยู่ แต่พอลาวแตกก็ได้ย้ายมาทำในพื้นที่ปัจจุบัน บางคนก็ไม่ได้ทำสวนทำไร่คือเมื่อก่อน" (วัฒนา ใจขาน, สัมภาษณ์: 2557)	วิถีชีวิตของชุมชนเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การพึ่งพิงธรรมชาติลดน้อยลงและหันไปสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
2) การรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ	ชุมชนไม่ได้มีการรักษา ทรัพยากรอย่างจริงจัง เนื่องจากสภาพแวดล้อมมี ความอุดมสมบูรณ์ จึงมีการใช้ ประโยชน์มากขึ้น "เมื่อก่อน ก็บ่ได้สนใจว่าต้อง รักษาเนอะ เพราะมันมีหลาย สมบูรณ์ดี ปลาเก๋เยอะ" (นิยม รุ่งภาษา, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนปลูกต้นไม้ริมน้ำโขง เพื่อป้องกันดินทรุดจาก การกัดเซาะของแม่น้ำโขง	ชุมชนให้ความสำคัญใน การอนุรักษ์ทรัพยากร ทางธรรมชาติมาก ยิ่งขึ้น เนื่องจาก สภาพแวดล้อมถูก ทำลายและชุมชนได้รับ ผลกระทบ
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของ ชุมชน	โบราณสถาน ชุมชนให้ความสำคัญกับวัดวา อาราม เนื่องจากมีวัดเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนาและ เป็นศูนย์รวมของชุมชนตั้งแต่ อดีต หอแม่นางอ้าว เป็นศาลปู่ศาลย่า นับถือ บรรพบุรุษ โบราณวัตถุ เหรียญหลวงปู่เหรียญ วรภาโพ ที่ชุมชนให้ความเคารพ	โบราณสถาน ชุมชนยังนิยมเข้าวัดฟัง ธรรมตามวิถีชีวิตวันที่มี ความสำคัญทาง พระพุทธศาสนา หอแม่นางอ้าว ชุมชนให้ความเคารพนับ ถือ และกราบไหว้บนบาน ขอพรตามความเชื่อของ แต่ละบุคคล โบราณวัตถุ เหรียญหลวงปู่เหรียญ วรภาโพ เป็นความ ภาคภูมิใจของชุมชนและ ยังเลื่อมใสศรัทธา	ชุมชนมีความศรัทธา ต่อพระพุทธศาสนา เป็นที่ยึดเหนี่ยวทาง จิตใจตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน ตลอดจน ความเชื่อเกี่ยวกับหอ แม่นางอ้าว ยังเป็น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ชุม ชนยังคงกราบไหว้ สักการะตั้งแต่อดีตจวบ จนปัจจุบัน

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3. ประเพณีและวัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือนพื้นถิ่น	บ้านยกใต้ถุนสูง หลังคาทรงสูง ใช้กระเบื้องดินขอมุงหลังคา มีห้องครัว ห้องพระ ห้องนอน	การก่อสร้างตามรูปแบบบ้านสร้างด้วยคอนกรีต ทาสี และมีรูปแบบตามสมัยนิยม <i>"ปัจจุบันบ้านที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทพวนจริงๆ เหลือหลังเดียวคือ บ้านผู้ใหญ่"</i> (วัฒนา ไชยาน, สัมภาษณ์: 2557)	บ้านเรือนที่เป็นเอกลักษณ์ของไทพวนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก จากสาเหตุการกร่อนชำรุดผุพังไปตามกาลเวลา และสภาพสังคมเมืองได้รุกเข้ามาแทนที่ บ้านเรือนจึงปลูกสร้างด้วยวัสดุอุปกรณ์สมัยใหม่
3.2 ภาษาถิ่นหรือภาษาชาติพันธุ์	บรรพบุรุษ ใช้ภาษาไทพวนในการติดต่อสื่อสารกัน <i>"ภาษาไทพวน เป็นภาษาที่มีสำเนียงไพเราะ รุนปุ รุนทวด มักเฝ้าให้ฟัง เสียงมัน ม่วน"</i> (วาสนา อุตมะ, สัมภาษณ์: 2557)	คนในชุมชนมีการสื่อสารในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันโดยใช้ภาษาไทพวน หากติดต่อกับบุคคลภายนอก จะใช้ภาษาไทยกลาง <i>"คนพวน ก็พูดไทพวน แต่ในปัจจุบันสำเนียงจะเหน่อคล้ายภาษาลาว"</i> (มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนเป็นชนกลุ่มน้อยที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย จึงต้องใช้ภาษาประจำถิ่นในการติดต่อแลกเปลี่ยนกับบุคคลในสังคม ประกอบกับความเป็นสังคมสมัยใหม่ ทำให้เรียนรู้ เลียนแบบ ภาษา เพื่อใช้ติดต่อกับบุคคลอื่น
3.3 การแต่งกายของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ผู้ชาย สวมกางเกงขาสั้นครึ่งน่อง (แบบกางเกงขาก๊วย) สีดำ หรือผ้าพันทอใช้เอง ผู้หญิง นิยมนุ่งผ้าถุงแบบผ้ามัดหมี่ หรือผ้าฝ้าย โดยทอผ้าถุงใช้เอง คนเฒ่าคนแก่ผู้หญิง มักนิยมใส่ผ้าถุงมัดหมี่ การตกแต่งลวดลายด้วยสีแดง แสดงถึงเอกลักษณ์ของไทพวน	การแต่งกายตามสมัยปัจจุบันของคนทั่วไป สำหรับคนเฒ่าคนแก่ จะแต่งกายแบบไทพวนอยู่บ้าง แต่ไม่เต็มรูปแบบ เช่น นุ่งผ้าถุงที่ทำมาจากฝ้ายที่ทอเอง แต่สวมเสื้อทำจากใยสังเคราะห์	ความเป็นสังคมสมัยใหม่ ทำให้วิถีชีวิตของชุมชนเปลี่ยนไป การแต่งกายของไทพวนจึงเป็นแบบสมัยใหม่ โดยเฉพาะวัยเด็ก วัยรุ่น หนุ่มสาว แต่ผู้สูงวัย ยังคงนุ่งผ้าถุงแบบไทพวน ซึ่งมีจำนวนน้อย

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	"ผู้หญิงใส่ผ้าถุงสีคล้ำๆ ขีดแดง สีแดงนี้ขาดไม่ได้เลย เป็นสีของหมู่เฮา" (ประไพศรี ใจขาน, สัมภาษณ์: 2557) "ต้องเข้าป่าหากินต้องใส่สีแดง เพื่อมองเห็นได้ชัด" (วาสนา อุตมะ, สัมภาษณ์: 2557) "สีแดงคือสีเอกลักษณ์ของ ไทพวนบ้านหม้อ" (นิยม รุ่งภาษา, สัมภาษณ์: 2557)	"ก็มีแต่ผู้เฒ่าผู้แก่นี้แหละ ที่ยังนุ่งผ้าถุง แต่งกายแบบ พวนอยู่บ้าง แต่อาจไม่ เหมือนเดิม 100%" (มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์: 2557)	
2) วันงานประเพณี	ไทพวนใส่เสื้อหม้อฮ่อม นุ่ง ผ้าถุงแบบผ้ามัดหมี่ หรือผ้า ฝ้าย เหมือนกับวันธรรมดา แต่ จะมีสไบพาดสีขาว เมื่อเวลา กราบพระจะใช้ปูกับพื้น เพื่อ กราบพระ เป็นการแสดงความ คารวะที่สมบูร์น	ผู้คนในชุมชนจะแต่งชุด ประจำชาติพันธุ์ในวันงาน ประเพณี เพื่อแสดง เอกลักษณ์ของตนเอง	การแต่งกายได้รับ อิทธิพลมาจาก เวียงจันทน์ผสมกับ ความเป็นสังคมเมือง จึงทำให้บางช่วงเวลา ที่เหมาะสมแสดงความ เป็นตัวตนออก
3) เหตุการณ์พิเศษ	-	การแต่งกายแบบไทพวน เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มาเป็นหมู่คณะ โรงเรียนในหมู่บ้านให้ นักเรียนสวมเสื้อไทพวนทุก วันศุกร์ "เสื้อของไทพวนที่นี่ จะ เน้นการออกแบบด้วย เพ็ญ มาตีไซไนใหม่ ครูออกแบบ เอง เน้นสีแดงเข้าไป ให้ดู สวยงาม" (มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์: 2557)	การแสดงตัวตนต่อ สาธารณชนด้วยความ ภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์ที่ไม่ เหมือนใคร โดยผ่าน การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.3 วัฒนธรรม การบริโภคอาหาร	ชุมชนนิยมประกอบอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ปลาในแม่น้ำโขง นำอาหารใส่พาข้าว นั่งทานกับพื้นบนเสื่อภายในครอบครัวใหญ่ อาหารพื้นบ้าน เช่น แจ่วหมากเหลน (แจ่วมะเขือเทศ) ข้าวเหนียว แกงหมากมี้ (แกงขนุน) ซุบผัก "กินตามฤดูกาล ปั่น ลวกผัก ปูเสื่อ ปูสาด ใส่พาข้าว ง่ายๆ ตามบ้านเรา" (ศราวุธ สัพโส, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนนิยมทานอาหารพื้นบ้าน ที่เรียบง่าย บางครั้ง อาจไปทานข้าวที่ร้านอาหารบ้าง	วัฒนธรรมการกินของชุมชนยังคงเหมือนอดีต แต่รูปแบบของอาหารปรับเปลี่ยนไปตามความเป็นสังคมสมัยใหม่
3.4 ศิลปะ การแสดง	หมอลำพวน จัดขึ้นตามงานประเพณีต่างๆ งานรับขวัญลูกหลาน เพื่อความสนุกสนาน	หมอลำพวน จัดขึ้นตามงานประเพณี เทศกาล งานเลี้ยง งานสังสรรค์และต้อนรับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชม "ปัจจุบันเวลามีงานก็จะมีการจัดทำการแสดงหมอลำไทพวนให้กับแขกที่มา" (วาสนา อุตมะ, สัมภาษณ์: 2557)	ระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ความสำคัญของศิลปะการแสดงแบบดั้งเดิมปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของโอกาสและวิถีชีวิต
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	แม่นางอ้ว ชุมชนให้ความเคารพนับถือมาก เมื่อถึงเวลางานเลี้ยงศาลแม่นางอ้ว ชาวบ้านจะหิ้วกระติบข้าวบ้านละ 1 กระติบไปร่วมงาน มีการเสี่ยงทายด้วยจ้ำ (ร่างทรง) เพื่อสืบชะตาของหมู่บ้าน	ความเชื่อและพิธีกรรมต่อแสดงถึงความเคารพและศรัทธาต่อแม่นางอ้ว ยังสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน องค์ประกอบในการทำพิธีกรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสมของชุมชน	ความเชื่อและความศรัทธา ยังคงแฝงอยู่ในความเป็นชุมชนเมือง เนื่องจากผู้คนยังต้องการที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	พิธีกรรมขึ้นบ้านใหม่ โดยให้คนที่มีอายุเยอะ คู่ัว เดี่ยวเมียเดียวนำเดิน รอบบ้าน ขึ้นบนบ้านและนอนบนที่นอน ก่อนใคร เพื่อความเป็นสิริมงคล บุญเลี้ยงบ้าน มีการจุดบั้งไฟเพื่อขอฝนให้ตก ตกต้องตามฤดูกาล	ชาวไทพวนยังคงสืบทอด และปฏิบัติต่อพิธีกรรมขึ้น บ้านใหม่และบุญเลี้ยงบ้าน แต่รูปแบบอาจเปลี่ยนไป ตามสถานการณ์และความ เหมาะสมของสภาพสังคมใน ปัจจุบัน “ทุกมือนี่กะเฮ็ดอยู่ เฮ็ดคือ เก๋าสะ แต่กะเปลี่ยนไปตามสิ่ง ที่เฮามืออยู่” (ประไพศรี ใจขาน, สัมภาษณ์: 2557)	
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	การจักสาน ทอเสื่อ ทอผ้า เป็น วิถีชีวิตของชาวบ้าน ต่ำสาด (ทอเสื่อ) ต่ำฮุก (ทอผ้า) สานข้อง สานแห	การทอเสื่อ จะทำเฉพาะ ช่วงเวลาที่มียืนฝืนและทำ เป็นบางบ้านเท่านั้น การทอผ้า เกือบจะสูญหาย เนื่องจากชาวบ้านนิยมใช้ เสื่อผ้าตามสมัยปัจจุบัน การจักสาน มีจำนวนลดลง เนื่องจากชาวบ้านสามารถ หาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป	ความเป็นสมัยใหม่ ทำให้ชีวิตมีความ สะดวกสบายมากขึ้น ให้ความสำคัญกับ เทคโนโลยี ทำให้งาน ช่างฝีมือดั้งเดิม เกือบจะสูญหายไป จากท้องถิ่น
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือ ผู้อาวุโส	ไทพวน ให้ความสำคัญกับการ นับถือผู้อาวุโสเป็นอย่างยิ่งเพื่อ สานความสัมพันธ์ให้คงอยู่ ที่ ตรงกับความหมายของ คำว่า พวน (ภาษาลาว) มีความหมาย ว่า เกี่ยวข้องกัน สัมพันธ์กัน โดยมีแนวปฏิบัติในการแสดง ความเคารพ เช่น การรดน้ำดำ หัวผู้เฒ่าผู้แก่ ในวันสงกรานต์	ไทพวนให้ความสำคัญแก่ผู้ อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต “คำว่าพวน มาจากภาษา ลาว เพราะเราอพยพมาจาก ทางนั้น พวนก็คือ การ เกี่ยวพันกัน ความสัมพันธ์ กัน คล้ายๆกัน (หมื่นมื่อทั้ง สองข้างเข้าหาตัว)” (วัฒนา ใจขาน, สัมภาษณ์: 2557)	สังคมไทยในระบบ อาวุโส มีความสำคัญ ต่อระบบสังคมไทย ถึงแม้ว่าไทพวน จะ เป็นชนกลุ่มน้อยแต่ได้ เข้ามาตั้งถิ่นฐานใน แผ่นดินไทย ซึ่บับ วัฒนธรรมไทย ระบบ อาวุโสจึงยังอยู่ใน สำนึกของไทพวน

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	จ้ำ เป็นร่างทรงที่ชุมชนให้ความ เคารพในการเป็นผู้นำในการทำ พิธีบูชาแม่ นางอ้ว	ชาวไทพวน ยังให้ความ เคารพและปฏิบัติตาม คำสั่งของจ้ำ (ร่างทรง) ใน การทำพิธีกรรมบูชาแม่ นาง อ้ว เนื่องจากชุมชนเชื่อว่า คำพูดของจ้ำเป็นคำพูด ของแม่ นางอ้ว “โอ้ย เขาเชื่อคำเฒ่าของจ้ำ เพราะเขาถือว่าเป็นคำเฒ่า ของแม่ นางอ้ว มีความ ศักดิ์สิทธิ์หลาย” (ศราวุธ สัพโส, สัมภาษณ์: 2557)	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับ ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ ความสำคัญ เป็นที่ พึ่งพิงทางจิตใจของ ชุมชน ยังคงสวดแทรก อยู่ในวิถีการดำเนิน ชีวิตของไทพวนในยุค ปัจจุบัน

4.1.3 ไทแสก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทแสก บ้านอาจสามารถ ตำบล
อาจสามารถ อำเภอมือง จังหวัดนครพนม นำเสนอเป็นตารางและความเรียงเพื่อเปรียบเทียบการ
เปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2553 และตั้งแต่ พ.ศ. 2553 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจาก
ชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (อาทิตย์ วงษ์คะสุ่ม, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 อัตลักษณ์ไทแสก

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	เงื่อนไข การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์ที่ตั้ง ของชุมชน	เลือกพื้นที่ตั้งที่เป็นพื้นที่ลุ่มน้ำ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำ โขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับ สายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต	ทรัพยากรทาง ธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบ ชุมชนเปลี่ยนแปลงไป
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ ระหว่างทรัพยากร ทางธรรมชาติกับการ ดำเนินชีวิตของชุมชน	ชุมชน ประกอบอาชีพบนที่ดิน ที่ติดริมแม่น้ำ	ชุมชนยังมีการใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรธรรมชาติ แต่มีการพึ่งพิงน้อยลงกว่า	วิถีชีวิตของชุมชน เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ การพึ่งพิงธรรมชาติลด น้อยลงและหันไปสนใจ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	"เป็นคนชอบหากินติดริมน้ำ นาก็ทำแต่น้ำช่วยได้หลาย อย่าง ชีวิตไทแสงผูกพันกับ ต้นไม้ การกินอยู่ก็หาปูหาปลา ริมน้ำ ไม่ชอบเป็นลูกน้องใคร" (ไพฑูริย์ สีลาศักดิ์, สัมภาษณ์: 2557)	อดีต เนื่องจากชุมชน ประกอบอาชีพอื่น	วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีสมัยใหม่ มากขึ้น
2) การรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ	ชุมชนไม่ได้มีการรักษา ทรัพยากรอย่างจริงจัง เนื่องจากสภาพแวดล้อมมี ความอุดมสมบูรณ์ จึงมีการใช้ ประโยชน์มากขึ้น	ชุมชนได้ปลูกต้นไม้ริมน้ำ โขงกันดินทรุดจากการกัด เซาะของแม่น้ำโขง	ชุมชนให้ความสำคัญใน การอนุรักษ์ทรัพยากร ทางธรรมชาติมาก ยิ่งขึ้น เนื่องจาก สภาพแวดล้อมถูก ทำลายและชุมชนได้รับ ผลกระทบ
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของ ชุมชน	ศาลองค์มู เป็นศาลหลักบ้านมี ความศักดิ์สิทธิ์ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือเป็นอย่างยิ่ง	ชุมชนให้ความเคารพนับ ถือไม่เสื่อมคลาย	ความเชื่อของไทแสงมี ความเหนียวแน่นต่อสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่ยึด เหนี่ยวทางจิตใจ
3. ประเพณีและ วัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	เป็นบ้านยกพื้นสูง เป็นบ้านไม้ ไผ่ เสาไม้ไผ่ ฝากระแตะแรกๆ ต่อมาเป็นบ้านชั้นเดียวหลังคา มีจั่วออกไป ชันบนเป็น ห้องนอน มีใต้ถุนสำหรับ นั่งเล่น เลี้ยงสัตว์ "แต่ก่อนไม่มีห้องน้ำ เวลาขาย ไปห้องน้ำต้องไปป่า ถือจอบไปด้วย น้ำก็อาบน้ำโขง (หัวเราะ)" (ไพฑูริย์ สีลาศักดิ์, สัมภาษณ์: 2557)	รูปแบบบ้านตามสมัยใหม่	สภาพสังคมเมืองได้รุก เข้ามาแทนที่และชุมชน รับอิทธิพลจาก ตะวันตกเข้ามา รูปแบบบ้านเรือนจึง เปลี่ยนไปตามสมัยใหม่ ประกอบกับ ที่ตั้งถิ่น ฐานของไทแสงอยู่ใกล้ กับอำเภอเมือง ยังทำ ให้ชุมชนได้รับอิทธิพล ความเจริญทางวัตถุ มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.2 ภาษาถิ่น หรือ ภาษา ชาติพันธุ์	ภาษาไทยแสก ใช้สื่อสารเฉพาะ กลุ่มไทแสกเท่านั้น	ยังใช้อยู่เฉพาะกลุ่มผู้สูงวัย และมีการใช้ภาษาไทยร่วม ด้วย แต่ปัจจุบันเยาวชนรุ่น ใหม่ใช้ภาษาไทยกลาง ทำ ให้ภาษาไทยแสกเริ่มจาง หาย "ได้รู้เรื่องนี้ไม่ค่อยรู้จักภาษา ตัวเอง แม้รุ่นใหม่ก็ไม่ได้ สอน ก็เลยจางหาย" (ศิริพรรณ ช้ายกลาง, สัมภาษณ์: 2557)	การรับเขยหรือสะใภ้ที่ ไม่ใช่ชาติพันธุ์เดียวกัน ทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนภาษาพูด ซึมซับเรียนรู้ต่างภาษา ต่างชาติพันธุ์ และทำ ให้ภาษาแสกค่อย ๆ หายไป
3.3 การแต่งกาย ของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ในอดีตสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ไทแสกใช้กระสอบป่านมาเย็บ เป็นเสื้อผ้า ต่อมาเป็นเสื้อหม้อ ห้อม สีดำ กางเกงขาก๊วย ได้ นำมาจากเวียดนาม เสื้อผ้าใส่แบบธรรมดา แต่ผ้า มัดหมี่ ผ้าถุงผ้ามัดหมี่มีตีน เสื้อ ขาวคอกลม ชุดเสื้อสีดำผ้าสีแดง ผ้าขาวม้าสีแดง มีแต่หลากสีไม่ จำกัดสี	ชุมชนแต่งกายตามสมัย นิยมในการดำเนิน ชีวิตประจำวัน "ปัจจุบันนี้ก็ใส่เหมือน ทั่วไป ไม่มีอะไรที่ แตกต่าง" (บัญชา ช้ายกลาง, สัมภาษณ์: 2557)	กระแสความทันสมัย นิยม ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงด้านการ แต่งกายของชาติพันธุ์ และที่ตั้งของชุมชน ตั้งอยู่ใกล้กับตัวอำเภอ ทำให้ความสมัยใหม่ เข้ามาล้นความดั้งเดิม ในชุมชน
2) วันงานประเพณี	การแต่งกายใส่ชุดดำ ผ้าคาดสี แดง ทั้งนี้ ผู้ชายและผู้หญิงจะ แต่งกายด้วย ชุดไทแสกเฉพาะมีงาน แต่ตาม คติจะแต่งเฉพาะบวงสรวง เท่านั้น "ตามคติเค้าไม่ให้เอาออกไปจาก หมู่บ้านเลยจะใช้เฉพาะ บวงสรวงอย่างเดียว" (ศิริพรรณ ช้ายกลาง, สัมภาษณ์: 2557)	แต่งตามความเหมาะสมใน สมัยใหม่ ส่วนผ้าคาดสี เขียว เพิ่งประยุกต์ใช้ใน ปัจจุบัน (เสาวภา ช้ายกลาง, สัมภาษณ์: 2557)	ความทันสมัยนิยม มี อิทธิพลต่อการแต่งกาย ของชุมชน แต่ใน ขณะเดียวกัน ชุมชน พยายามรักษา เอกลักษณ์ของการแต่ง กายผ่านงานประเพณี ต่าง ๆ ซึ่งมีการ เปลี่ยนแปลงไปบ้าง ตามความทันสมัย แต่ ยังคงรักษาเอกลักษณ์ บางอย่างคงไว้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3) เหตุการณ์พิเศษ	-	การแต่งกายแบบไทแสก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มาเป็นหมู่คณะหรือแต่งกายตามงานที่สำคัญในจังหวัด "สมัยใหม่เขาเชิญไปที่นั่นที่นี่ก็ไป แต่งชุดแสดนี้แหละ เขาอยากเห็น" (ไพฑูรย์ สีสาคัดดี, สัมภาษณ์: 2557)	การแสดงตัวตนต่อสาธารณชนด้วยความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ที่ไม่เหมือนใคร โดยผ่านการท่องเที่ยว เป็นความเดิมแท้ที่ถูกสร้างความหมายขึ้น เพื่อให้คนภายนอกได้รับรู้ความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์
3.3 วัฒนธรรม การบริโภคอาหาร	อาหารของไทยแสกเป็นอาหารที่ทำจากปลา หมู ไก่ รสจัด นึ่งทานกับพื้น เน้นประหยัด ทำนาเอง หาปลาเองและทำอาหารเอง "เมื่อก่อน แสกทุกซึก ยากลำบากมาก อาหารการกินก็ต้องประหยัด เลยกินอยู่แบบง่าย ๆ หาเอง ทำเอง" (ปัญญา ช้ายกลาง, สัมภาษณ์: 2557)	ปลา เป็นอาหารพื้นบ้านหลักของชุมชน รูปแบบของอาหารพื้นถิ่นผสมกับอาหารสมัยใหม่ ตามสมัยนิยม	ความผูกพันกับธรรมชาติยังคงอยู่เนื่องจากชุมชนมีถิ่นฐานที่ตั้งติดกับแม่น้ำโขง อาหารจึงทำจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ปลูกผัก ริมแม่น้ำโขง วิถีชีวิตและการบริโภคอาหารจึงผูกพันกับธรรมชาติ
3.4 ศิลปะ การแสดง	แสกเต้นสาก เป็นการรำถวาย บวงสรวงต่อองค์ผู้ ห้ามเล่นที่อื่น (ไพฑูรย์ สีสาคัดดี, สัมภาษณ์: 2557)	ปัจจุบันเล่นได้เนื่องจากขออนุญาตองค์ผู้แล้ว จึงนำมาเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยแสกได้	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติพันธุ์ได้รับความสนใจจากคนกลุ่มใหญ่ จึงต้องปรับเปลี่ยนแนวปฏิบัติเดิม เพื่อตอบรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	ความเชื่อในการดำเนินชีวิต ความเชื่อทางไสยศาสตร์ เครื่อง ทรง ทรงผี ในวันขึ้น 15 ค่ำ มี การทรงผีเข้า ผีออก	งานบวงสรวง ยังปฏิบัติ เป็นประจำทุกปี แต่การ ทรงผีเข้าผีออก ได้สูญ หายไปแล้ว ส่วนการเกิด ต้องไปคลอดที่โรงพยาบาล	การสืบทอดแนวปฏิบัติ ด้านความเชื่อและ เคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ผสมกับความทันสมัย ของสังคม
	งานบวงสรวงองค์มู จัดขึ้นในวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี การเกิด คลอดเองที่บ้าน มีการอยู่ไฟ		
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	การจักสาน เช่น สานมอม(วน) กูป ข้อง โซ ไร่ใช้ในครัวเรือน	การจักสานยังมีอยู่บ้าง เพื่อจำหน่ายเป็นบางครั้ง แต่ไม่ได้ทำเป็นธุรกิจ	เป็นการสืบทอดภูมิ ปัญญาจากบรรพบุรุษ แต่ในปัจจุบันต้อง ปรับเปลี่ยนไปตาม สถานการณ์และสังคม
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือผู้ อาวุโส	ชุมชนให้ความสำคัญกับการนับ ถือผู้อาวุโสเป็นอย่างยิ่งเพื่อสาน ความสัมพันธ์ให้คงอยู่ ความเคารพ	ชุมชนให้ความเคารพแก่ผู้ อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต	สังคมไทยเป็นสังคมที่ ให้ความสำคัญกับ ระบบอาวุโส ให้ความ เคารพนับถือผู้ใหญ่
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	องค์มู คือ ผู้นำกลุ่มอพยพที่พาไท แสกมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย แต่ปัจจุบันเสียชีวิตแล้ว ชุมชนจึง ตั้งศาลองค์มู เพื่อเป็นการระลึก ถึงบุญคุณของท่าน	ชุมชนให้ความเคารพนับ ถือ และจัดงานบวงสรวง ขึ้นเป็นประจำทุกปี	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับ ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ ความสำคัญเช่นใน อดีต เป็นที่พึ่งพิงทาง จิตใจและบนบานศาล กล่าวขอพรจากองค์มู เป็นประจำ อัตลักษณ์ ของไทยแสก จึงมีองค์มู ที่เป็นบุคคลที่ชุมชนให้ ความเคารพนับถือ ตั้งแต่อดีตจวบจน ปัจจุบัน

4.1.4 ไทกะเลิง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทกะเลิง บ้านหนองสังข์ ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียงเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2553 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (กะสิน พ่อหาร, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 อัตลักษณ์ไทกะเลิง

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชน	ชุมชนเลือกที่ตั้ง เป็นที่ดอนใกล้แหล่งน้ำ ซึ่งมีพื้นที่คล้ายกับถิ่นฐานเดิมของที่บ้าน กุดน้ำแล้ง แขวงสะหวันนะเขต สปป. ลาว ชุมชนตั้งอยู่ที่ราบลุ่ม โดยมีลำน้ำก่ำมาจากหนองหานและหนองสังข์	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำ	การเปลี่ยนแปลงเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบชุมชน แต่ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานอยู่ที่เดิม ความเดิมแท้จึงยังคงอยู่เช่นเคย
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติตามฤดูกาล เช่น การทำมาหากิน หาปลา หาของป่า เห็ด ทำไร่ทำนา	ชุมชนมีวิถีชีวิต ทำนา จับปลา หาเห็ด ทำแบบทำบริโภคเองในครัวเรือนและจัดจำหน่ายด้วย	เหตุผลทางเศรษฐกิจมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทกะเลิง จึงมีการปรับเปลี่ยนตามปัจจุบัน
2) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	ดอนตาทอง เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ มีเกาะกลางน้ำชุมชนใช้เป็นแหล่งทำมาหากินตั้งแต่อดีต เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญของชุมชน มีการรักษาความสะอาดบริเวณรอบหนองน้ำ	ชุมชนมีการรณรงค์การรักษาความสะอาดของดอนตาทอง	ชุมชนให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมถูกทำลายและชุมชนได้รับผลกระทบ
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของชุมชน	โบสถ์โบราณ อายุประมาณ 2400 ปี และเสาศาลาโบราณ สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2501	ปัจจุบันยังคงมีอยู่ที่วัดสะพังทอง บ้านหนองสังข์ ชุมชนนิยมมาสักการะอย่างเป็นประจำ	พระพุทธศาสนาเข้ามา มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของชุมชนมากขึ้น เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของไทกะเลิง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3. ประเพณีและวัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือนพื้นถิ่น	ชุมชนนิยมปลูกเรือนเป็นหลังเดี่ยว ยกพื้นสูงประมาณ 1.5-2.0 ม. วัสดุหาได้จากท้องถิ่น เสาทำจากไม้เนื้อแข็ง เครื่องเรือนทำจากไม้หรือไม้ไผ่ ฝาบ้านใช้ไม้ไผ่สานเป็นตาข่ายประกบ พื้นปูด้วยฟาก หลังคามุงด้วยหญ้าคา "สมัยโน้น ทุกคืนจะต้องก่อไฟไผ่ย่างให้วัวควายที่ไถ่ถอนบ้าน" (ถ่าย ชำคม, สัมภาษณ์: 2557)	บ้านเรือนส่วนใหญ่เป็นแบบสมัยใหม่ มีการประยุกต์บ้านเดิมของไทกะเลิงตามสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน "ปัจจุบันบ้านเรือนของพี่น้องไทกะเลิงสร้างตามสมัยนิยม จึงไม่แตกต่างจากพี่น้องชาติพันธุ์อื่นๆ" (สันมา ศรีหาวงค์, สัมภาษณ์: 2557)	ความทันสมัยเข้ามาในชุมชนมากขึ้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตามวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีการสร้างบ้านเรือนตามรูปแบบสมัยใหม่ ความเดิมแท้ของลักษณะเฉพาะบ้านเรือนพื้นถิ่นถูกกลืนไปกับวัฒนธรรมตะวันตก อัตลักษณ์ของบ้านเรือนพื้นถิ่นจึงเหลืออยู่น้อย
3.2 ภาษาถิ่นหรือภาษาชาติพันธุ์	ภาษาไทกะเลิง คำศัพท์และเสียงคล้ายภาษามอญ เขมร (คำคล้องแคล่ว, สัมภาษณ์: 2557) ภาษาไทกะเลิงใช้สื่อสารเฉพาะกลุ่มของตนเอง	การพูดคุยด้วยภาษาไทยกะเลิงผสมผสานกับภาษาไทยกลาง และถ้าหากติดต่อกับคนภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง	การอพยพย้ายถิ่นฐานมาอยู่ร่วมกับไทลาวที่เป็นชนส่วนใหญ่ จึงไม่มีผู้สืบทอดภาษาไทกะเลิงแบบดั้งเดิมได้ (ประมาน บุสกา, สัมภาษณ์: 2557)
3.3 การแต่งกายของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ผู้ชาย จะนุ่งผ้าแพรวา สีดำหรือคราม โดยใช้ลูกมะเกลือย้อมสีผ้า อาจปล่อยชายหรือรวบไปเหน็บเดียว สวมเสื้อกระสอบหรือไม่สวมเลย ผู้หญิง ใส่เสื้อปานย้อมคราม นุ่งผ้าถุงดำ โปกหัวด้วยผ้าฝ้ายสีดำหรือขาว หญิงสูงวัยอาจเปลือยท่อนบนหรือใช้ผ้าพัน รอบอกไว้	แต่งกายตามสมัยนิยม "จะแต่งแบบหลากหลายตามคนสมัยใหม่แล้ว" (ถ่าย ชำคม, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกและความเป็นสังคมสมัยใหม่ การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม การแต่งกายแบบดั้งเดิมจึงค่อย ๆ จางหายไป

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
2) วันงานประเพณี	ชุมชนใส่ชุดประจำเผ่ามาร่วมงานประเพณี ไม่ว่าจะเป็นงานประเพณีสำคัญงานบุญต่างๆ	แต่งกายตามสมัยนิยม	การรับอิทธิพลจากตะวันตกและความเป็นสังคมสมัยใหม่ทำให้รูปแบบการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม ยังมีผู้เผ่า ผู้แก่ ยังคงนุ่งผ้าถุงลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทกะเลิงมาร่วมงานประเพณีของชุมชน
3) เหตุการณ์พิเศษ	-	ชุมชนแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่า เพื่อต้อนรับแขกผู้มาเยือน นอกจากนี้ชุมชนมีการอนุรักษ์ชุดประจำเผ่า โดยนักเรียนจะแต่งกายชุดไทกะเลิงในทุกวันพฤหัสบดีของสัปดาห์	การแสดงตัวตนต่อสาธารณชนด้วยความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ที่ไม่เหมือนใคร โดยผ่านการท่องเที่ยว
3.3 วัฒนธรรม การบริโภคอาหาร	อาหารกินตามฤดูกาล ไข่มดแดง ผักหวาน หวาย ปูปลา จีหล่อ จินาย การรับประทานอาหารจะมีพาข้าวทำจากไม้ ถ้วยขามเป็นกะลา จอง(ทับพี) ซ้อน(บัวง)	ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการกินที่คล้ายกับอดีต แต่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย ส่วนมากจะเป็นซื้อที่ตลาดในชุมชน	ความเป็นสังคมสมัยใหม่เข้ามาในพื้นที่ของชุมชน แต่ชุมชนได้ผสมผสานรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกกับวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไว้ การบริโภคอาหารจึงพึ่งพิงธรรมชาติพร้อมกับอาหารแบบตะวันตก
3.4 ศิลปะ การแสดง	การแสดงกลองตุ้ม การร้องสารถีญะ หมอลำย่อนยุค การแสดงของชาติพันธุ์ มีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	การแสดงของชาติพันธุ์ มีจุดประสงค์ที่เปลี่ยนไป แต่ยังคงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และถูกนำมาจัดแสดงเพื่อการท่องเที่ยว	การนำวัฒนธรรมมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีการดัดแปลงเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	ชุมชนนับถือผี จึงมีพิธีกรรม เกี่ยวกับความเชื่อได้แก่ การเลี้ยง ผีปูด เลี้ยงผีหมอ ผีตาแฮกฯ การไหว้แม่เลี้ยง ประจำปี แม่เลี้ยง คือ หมอเหยา ที่รักษาผู้ป่วยจนหายดีเหตุ นับถือปูด เวลาจะทำอะไรต้อง บอกกล่าวให้ท่านรับทราบและ ช่วยเหลือ	ปัจจุบันนับถือ พระพุทธศาสนาเป็นหลัก พร้อมกับนับถือผีไปพร้อม กัน จึงมีแนวปฏิบัติตาม หลักพระพุทธศาสนา คือ ฮีต 12 คอง 14	รับอิทธิพลของ พระพุทธศาสนา ซึ่ง เป็นศาสนาประจำชาติ ของคนไทย ไทกะเลิง จึงยอมรับวัฒนธรรม ไทยอย่างหลีกเลี่ยง ไม่ได้
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	ทอผ้า สานตะกร้า การทอผ้าจ้อง ผ้า เครื่องใช้ต่างๆ ทำเอง ใช้เอง ในครัวเรือน	ทอผ้า สานตะกร้า เครื่องใช้ต่างๆ ทำเองใช้เอง ในครัวเรือนและจำหน่าย การทอผ้าจ้อง (ผ้าลายขิด)	ความเป็นสังคม สมัยใหม่ที่ต้องการ รายได้เพิ่มมากขึ้นจาก ระบบสังคม
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือผู้ อาวุโส	ชุมชนมีประเพณีการไหว้ผู้เฒ่า นิยมทำหลังเลี้ยงผีปูด ในเดือน 3	ชุมชนมีการสืบทอดจากรุ่น สู่รุ่น แต่ขนาดและวิธีการ ปรับเปลี่ยนไปตามความ เหมาะสม	การรับเอาวัฒนธรรม ของคนกลุ่มใหญ่ (คน ไทย) มาประยุกต์ใน กลุ่มตนเองอย่าง หลีกเลี่ยงไม่ได้
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	จำ (ร่างทรง) เป็นตัวกลางในการ ติดต่อกับปูด หมอสูตร รักษาอาหารเจ็บป่วย ต่างๆ ด้วยเวทมนตร์คาถา	ชุมชนยังคงมีแนวปฏิบัติ เหมือนในอดีต แต่ ปรับเปลี่ยนไปตามความ เหมาะสม	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับ ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ ความสำคัญ

4.1.5 ไทข่า

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทข่า บ้านโสกแมว ตำบลอู่หม้า อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียง เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2557 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (วิเศษ คำมุงคุณ, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 อัตลักษณ์ไท่ซา

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2557)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชน	ชุมชนตั้งอยู่ที่ราบลุ่มตอน เป็นลูกคลื่น ไกลลำห้วย ติดลำห้วยชะโนด	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต	การเปลี่ยนแปลงเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบชุมชน
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน	ชุมชนมีวิถีชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ ทำไร่ทำสวน และดำรงชีวิตด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ทั้งอาหารและการดำเนินชีวิตประจำวัน “กินง่าย ๆ หาเห็ด หาปลา ทั่ว ๆ ไป หาเห็ด หาหน่อไม้ตามฤดู แสงหน้าฝน เห็ดหลิน” (โส คำมุงคุณ, สัมภาษณ์: 2557) ทั้งยังตั้งชุมชนอยู่ใกล้กับฝายน้ำล้นที่ห้วยโชนดไหลผ่าน มีท้องทุ่งที่ปลูกพืชผัก ปลูกดอกไม้ ดาวกระจายชันเวียร์	มีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ ลดน้อยลง และเปลี่ยนเป็นการทำสวนยางพาราแทน การทำไร่ทำสวน “ป่าหมดไป ลำห้วยตื้นเขิน อาหารการกินเลยเปลี่ยน” (จีระ โคตรแสง, สัมภาษณ์: 2557)	การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ทำให้ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติลดลง ชุมชนจึงมีความผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติลดลง
2) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	การปลูกป่าชุมชน	มีการปลูกยางพาราขึ้นทดแทน	ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ดีกว่าการทำไร่ทำสวน
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของชุมชน	ดอนปู่ตา เป็นที่เคารพบูชาของคนในชุมชน	ชุมชนยังให้ความเคารพต่อปู่ตาอย่างเคร่งครัด	ดอนปู่ตา เป็นเครื่องหมายสะท้อนให้เห็นความเชื่อและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2557)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3. ประเพณี และวัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	บ้านไทชา เป็นบ้านไม้ใต้ถุนโล่ง และมีชานและครัวอยู่นอกบ้านมี หน้าต่างน้อย หลังคาส่วนระเบียง จะจุ่มต่ำลงภายในตัวบ้านค่อนข้าง มืด เรียกว่า เรือนเหย้า	ปัจจุบันเป็นบ้านไทชาแต่ มีการประยุกต์ต่อเติมไป แต่ยังคงเป็นเรือนยกสูงไว้ "เหลือกลิ่นอาย เหลือ น้อยแต่ยังคงเป็นเรือนยก สูง" (วิเศษ คำมุงคุณ, สัมภาษณ์: 2557)	ความทันสมัยและ ปรับเปลี่ยนไปตาม สภาพแวดล้อมและวิถี ชีวิตที่เปลี่ยนไป
3.2 ภาษาถิ่น หรือ ภาษา ชาติพันธุ์	การติดต่อสื่อสารเฉพาะกลุ่มไทชา ด้วยภาษาไทชา มีภาษาพูดแต่ไม่มี ภาษาเขียน	การติดต่อสื่อสารเฉพาะ กลุ่มไทชาด้วยภาษาชา และใช้ภาษาไทยกลาง สื่อสารกับกับคนนอก พื้นที่	การแลกเปลี่ยน ติดต่อสื่อสารกับบุคคลใน สังคมภายนอกกลุ่มชาติ พันธุ์ เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนภาษา เพื่อ ความอยู่รอดของกลุ่มชาติ พันธุ์ แต่ติดต่อสื่อสาร ด้วยภาษาชาติพันธุ์เฉพาะ ชาติพันธุ์เท่านั้น
3.3 การแต่ง กายของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ผ้ามัดหมี่ ผ้าย้อมคราม แขนยาว ตัดด้วยมือเย็บด้วยมือ "ชา เป็นเผ่าที่ยากจนนะครับ ธรรมดา แม้แต่เสื้อผ้าก็ไม่ค่อยมีจะ ใส่" (พรชัย คำมุงคุณ, สัมภาษณ์: 2557)	แต่งตามสมัยนิยมในยุค ปัจจุบัน ตามกระแสนิยม ลิความเป็นสมัยใหม่ มากขึ้น	การได้รับอิทธิพลจาก สังคมภายนอก ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงต่อการ แต่งกายของชาวไทดำ จึง มีรูปแบบเป็นการแต่งกาย แบบสังคมสมัยใหม่
2) วันงาน ประเพณี	ชุดผ้าฝ้าย นิยมเป็นสีขาว	ชุดที่ทำจากผ้ามัดหมี่ ผสมผสานกับเสื้อผ้า สมัยใหม่ และนิยมสีขาว เมื่อใส่ไปวัด "คือแต่งแบบทั่วๆ ไปคะ แต่ที่ขาดไม่ได้คือผ้า มัดหมี่ ขาดไม่ได้เลย" (คำพา คำมุงคุณ, สัมภาษณ์: 2557)	ความเป็นสังคมสมัยใหม่ การได้รับอิทธิพลจาก สังคมภายนอก ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงต่อ รูปแบบการแต่งกาย จึงมี รูปแบบเป็นการแต่งกาย แบบสังคมสมัยใหม่

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2557)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3) เหตุการณ์พิเศษ	-	การแต่งกายแบบไทลื้อ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มาเป็นหมู่คณะ	การแสดงตัวตนต่อสาธารณชนด้วยความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ โดยผ่านการท่องเที่ยว
3.3 วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร	ชุมชนนิยมประกอบอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น แกงหน่อไม้ แกงหอย แกงเห็ด ลาบเทา การนั่งกินข้าวร่วมกับพื้นใส่พาข้าวที่ทำจากไม้	ชุมชนยังมีวัฒนธรรมการกินอาหารที่เหมือนเดิม คือเป็นอาหารที่มาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ เรียบง่าย แต่มีการใช้พาข้าวที่ทำจากสังกะสี แทนพาข้าวที่ทำจากไม้	มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างเนื่องจากในปัจจุบันความสมบูรณ์ทางธรรมชาติลดลง ส่งผลให้การวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ใช้ทำอาหารน้อยลง จึงปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในปัจจุบัน
3.4 ศิลปะการแสดง	พิธีเหยา รักษาอาการเจ็บป่วยตามความเชื่อของชุมชน ปะลองแคนเกี่ยวกะมุล (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) เป็นกิจกรรมบันเทิงสนุกสนาน รำเข็นฝ้ายลงช่วง แสดงวิถีชีวิตที่ผูกพันกับการทอผ้าฝ้าย	กิจกรรมบันเทิงเพื่อความสนุกสนาน และนำมาประยุกต์เป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว	การรักษาวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชน จึงเป็นการรักษาความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล	พิธีเหยา เป็นพิธีรักษาอาการเจ็บป่วย การเลี้ยงผีปู่ตา รักษาโรคด้วยภูมิปัญญา การใช้สมุนไพร และชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีต 12 คอง 14	การรักษาคนป่วยด้วยการเหยาควบคู่กับการรักษาแบบแผนปัจจุบัน การเลี้ยงปู่ตา ยังคงปฏิบัติอยู่ แต่ขนาดและวิธีการปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมในสภาพปัจจุบัน	ความเชื่อและความศรัทธา ยังคงแฝงอยู่ในความเป็นชุมชนเมือง เนื่องจากผู้คนยังต้องการที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ
3.6 งานช่างฝีมือดั้งเดิม	การทอเสื่อ ทอผ้า จักสาน เพื่อใช้ในครัวเรือน	การทอเสื่อ ทอผ้า จักสาน เป็นของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาเยือน และใช้ในบ้าน	งานช่างฝีมือที่อาศัยภูมิปัญญา เป็นสิ่งที่ชุมชนภูมิใจและต้องการอนุรักษ์อัตลักษณ์ความดั้งเดิมของตนเองไว้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2557)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือ ผู้อาวุโส	ชุมชน ให้ความสำคัญกับ การนับถือผู้อาวุโสเป็น อย่างยิ่ง โดยมีแนวปฏิบัติในการ แสดงความเคารพ	ชุมชนยังให้ความสำคัญแก่ผู้ อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต “คือเก่า เฮากะนับถือผู้เฒ่าผู้แก่ นั่นละ บรรพบุรุษนา” (เรียง คำมุงคุณ, สัมภาษณ์: 2557)	สังคมไทยในระบบ อาวุโส มีความสำคัญ ต่อสังคมไทย และมี การแพร่ทางวัฒนธรรม ไปยังชนกลุ่มน้อย
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	หมอสูตรขวัญผูกแขนต่างๆ แต่งแก้ บูชาสะเดาะ เคราะห์	ชุมชนยังมีความเชื่อการรักษา จากหมอขวัญ ถึงแม้จะไปรักษาที่ โรงพยาบาล แต่ยังคงกลับมาให้ หมอสูตรขวัญรักษา “อย่างลุงนี้ เจ็บท้องไปหาหมอที่ โรงพยาบาลมาแล้วนะ แต่ก็ กลับมาหาแกอีก (หันหน้าไปทาง หมอขวัญ) มันไม่สบายใจยังไม่ รู้ (เสียงสูง)” (อุทิศ อุ่นไชย, สัมภาษณ์: 2557)	ความเชื่อและความ ศรัทธา ยังคงแฝงอยู่ใน ความเป็นชุมชนเมือง เนื่องจากผู้คนยัง ต้องการที่ยึดเหนี่ยว ทางจิตใจ

4.1.6 ไทญ้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทญ้อ บ้านโพน ตำบลโนนตาล อำเภอ
ท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียง เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง
ของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2545 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับ
อิทธิพลจากการท่องเที่ยว (ธีรัช สุวรรณมาโจ, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 อัตลักษณ์ไทญ้อ

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของ พื้นที่ 1.1 ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์ที่ตั้งของ ชุมชน	เลือกทำเลที่ตั้งติดกับแม่น้ำ เพื่อ ความสะดวกในการคมนาคม ซึ่ง การขนส่งทางเรือ เป็นวิธีการ ขนส่งที่สะดวกในยุคอดีต	ชุมชนมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำ โขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับ สายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต	การเปลี่ยนแปลง เฉพาะทรัพยากรทาง ธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบ ชุมชน

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	"เลือกตามความสะดวกของ ขนส่ง โดยจะเลือกสถานที่ที่มี แม่น้ำเพื่อใช้ในการคมนาคม ก็ จะใช้ลำน้ำโขงหรือน้ำของ" (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์: 2557)		
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ ระหว่างทรัพยากร ทางธรรมชาติกับการ ดำเนินชีวิตของชุมชน	วิถีชีวิตการทำประมง เพาะปลูก การขนส่งทางน้ำ และมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับ แม่น้ำโขง "แม่น้ำโขงเปรียบเหมือน สายน้ำแห่งวิถีชีวิตและความ ผูกพันของไทญ้อตั้งแต่อดีต ตั้งแต่เกิดจนตาย" (วิจิตร ไชยปราการ, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนไทญ้อ มีวิถีชีวิตที่ลด การพึ่งพิงธรรมชาติ ให้ ความสำคัญวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ เปลี่ยนแปลงการขนส่งทาง น้ำเป็นทางบก "แต่ปัจจุบันเปลี่ยนไปใช้ เส้นทางถนนแทนเพราะ ความทันสมัยเข้ามาแทนที่ (หัวเราะ)" (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์: 2557)	ความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีและสังคม สมัยใหม่ ทำให้ไทญ้อมี ความผูกพันกับ ทรัพยากรธรรมชาติ ลดลง แต่กลับให้ ความสำคัญกับ เทคโนโลยีสื่อสารและ วิทยาศาสตร์มากขึ้น
2) การรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ	ชุมชนไม่ได้มีการรักษา ทรัพยากรอย่างจริงจัง เนื่องจากสภาพแวดล้อมมี ความอุดมสมบูรณ์ จึงมีการใช้ ประโยชน์มากขึ้น	ชุมชนมีโครงการอนุรักษ์ ธรรมชาติให้กับแม่น้ำโขง และปลูกผักปลอดสารพิษ บนฝั่งแม่น้ำโขง	ชุมชนให้ความสำคัญใน การอนุรักษ์ทรัพยากร ทางธรรมชาติมาก ยิ่งขึ้น เนื่องจาก สภาพแวดล้อมถูก ทำลาย
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของ ชุมชน	ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ พระธาตุท่าอุเทนและองค์พระ บาง ที่ยังเห็นได้ชัดเจน	ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ พระธาตุท่าอุเทนและองค์ พระบาง ที่เป็นที่เคารพ สักการะของไทญ้อ	การแสดงความเคารพ ต่อพระพุทธรูปศาสนาที่ แฝงอยู่ในความเป็น ชาติพันธุ์ของคนกลุ่ม น้อย มีบทบาทสำคัญ ในการดำเนินชีวิต

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3. ประเพณี และวัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	บ้านไถญ้อ มีทั้งหมด 7 แบบ คือ ตูป เทียงนา เเพง บ้านมุงหญ้าแฝด บ้านมุงหลังคา บ้านหลังคาไม้ บ้านมุงสังกะสี ส่วนใหญ่จะยกใต้ ถุนสูง เพราะเป็นพื้นที่ในการเลี้ยง วัว ควาย เกรงว่าจะมีการลักขโมย (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนมีรูปแบบบ้าน สมัยใหม่ในชุมชนเข้ามา แทนที่ลักษณะเรือนพื้นถิ่น ดั้งเดิมของไถญ้อ แต่มีการ สร้างขึ้นใหม่เพื่อเป็น ตัวอย่างและการศึกษา	การรับเอาวัฒนธรรม ตะวันตกและความเป็น สมัยใหม่ เข้ามาแทนที่ ความดั้งเดิมของ เอกลักษณ์เฉพาะเรือน พื้นถิ่น ทำให้ระดับความ เดิมแท้ลดลง บ้านเรือน เป็นแบบสมัยใหม่มาก ขึ้น
3.2 ภาษาถิ่น หรือ ภาษา ชาติพันธุ์	บรรพบุรุษ ใช้ภาษาไถญ้อในการ ติดต่อสื่อสารกัน	คนในชุมชนมีการสื่อสารใน กลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันโดย ใช้ภาษาไถญ้อ หากติดต่อกับ บุคคลภายนอก จะใช้ ภาษาไทยกลาง	ความเป็นสังคมสมัยใหม่ ทำให้มีการปรับเปลี่ยน เพื่อใช้ติดต่อกับ บุคคลภายนอกมากขึ้น ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ภาษาต่างชาติพันธุ์ ทำให้ ภาษาชาติพันธุ์ถูก กลืนไปจากภาษาดั้งเดิม
3.3 การแต่ง กายของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ผู้ชาย สวมเสื้อม่อฮ่อม กางเกง ขาก้วย ผู้หญิง แต่งกายด้วยเสื้อแขน กระบอกและนุ่งผ้าถุง	การแต่งกายตามสมัย ปัจจุบันของคนทั่วไป สำหรับคนเฒ่าคนแก่ จะ แต่งกายแบบไถญ้อยู่บ้าง แต่ไม่เต็มรูปแบบ เช่น นุ่ง ผ้าถุงที่ทำมาจากฝ้ายที่ทอ เอง แต่สวมใส่เสื้อที่ทำจาก ใยสังเคราะห์	การได้รับอิทธิพลจาก สังคมภายนอก ความ เป็นสังคมสมัยใหม่ทำให้ เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อ การแต่งกายของชาว ไถญ้อ จึงมีรูปแบบเป็น การแต่งกายแบบสังคม สมัยใหม่
2) วันงาน ประเพณี	สวมเสื้อที่เป็นผ้าฝ้าย ย้อมสีคราม เรียกว่า ผ้าจู้บหม้อ นุ่งผ้าถุงตีนจก ไปร่วมงานบุญที่วัด งานแต่งงาน ผู้ชายกางเกงขาสั้นสามส่วน เสื้อจู้บ หม้อสีน้ำเงินสีดำ ผ้าขาวม้าคาดพุง ผู้หญิงจะใส่ผ้าเบี่ยงขาว ผ้าถุงทอ มัดหมี่สีออกดำขาว	ปัจจุบันยังมีการแต่งกาย แบบดั้งเดิมอยู่ แต่เป็นการผูกผ้าขาวม้าใน งานต่างๆ ประเพณี	กระแสความสมัยใหม่ เข้ามามีผลกระทบต่อ ชุมชน โดยชุมชนรับเอา วัฒนธรรมตะวันตกเข้า มาและปรับใช้กับการ แต่งกายแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	“ผ้าจู้บหม้อ นี่เป็นเอกลักษณ์ของ ไทรโยชน์นะ” (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์: 2557)		
3) เหตุการณ์ พิเศษ	-	ชุมชนแต่งกายด้วยชุด ประจำชาติพันธุ์ เพื่อ ต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มา เป็นหมู่คณะ	การแสดงตัวตนต่อ สาธารณชนด้วยความ ภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์ที่ไม่ เหมือนใคร โดยผ่าน การท่องเที่ยว
3.3 วัฒนธรรม การบริโภค อาหาร	อาหารการกินมีวัตถุดิบจาก ธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ เช่น หมก จ้อ ขนมห้วกะธาตุ มีวิธีการรับประทานอาหารคล้ายกับ คนอีสาน หากบ้านที่มีฐานะดี จะมี พาโตก (พาข้าว) ด้วย (พงศธร สุวรรณมาโจ, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนนิยมนานอาหาร พื้นบ้าน ที่เรียบง่าย โดยใช้ พาโตก (ขันโตก) ปกติใช้ พาถาด (ถาดใส่กับข้าว)	การแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมจากลาว เข้ามาในชุมชนมา ผสมผสานกับ วัฒนธรรมไทรโยชน์ อัตลักษณ์ที่ยังคงอยู่จึง มีการเปลี่ยนแปลงบ้าง
3.4 ศิลปะ การแสดง	การรำไทรโยชน์ ชุมชนจะแสดงใน เทศกาลสงกรานต์ในช่วงเดือน เมษายนและเทศกาลที่สำคัญ เท่านั้นในเทศกาลสงกรานต์ชาว ไทรโยชน์จะมีสงน้ำในตอนกลางวัน โดยมีการตั้งขบวนแห่จากคุ้มเหนือ ไปยังคุ้มใต้ลงมาตามลำดับ ตั้งแต่ วันขึ้น 1 ค่ำ เป็นต้นไป จนถึงวัน เพ็ญ 15 ค่ำ เดือน 5 ในตอนกลาง คืนหนุ่มสาวชาวบ้านจะจัดทำขบวน แห่ดอกไม้บูชาพระธาตุ โดยนำต้น ดอกจำปา(กลิ่นหอม) ไปบูชาวัดต่าง ๆ โดยจะเริ่มจากวัดใต้สุดไปหาวัด เหนือสุดซึ่งจะเป็นคืนสุดท้าย เมื่อ เสร็จพิธีแห่ดอกไม้บูชาองค์พระธาตุ จะเป็นช่วงแห่งความสนุกสนานของ หนุ่มสาวซึ่งจะมีการหยอกล้อการ เกี้ยวพาราสีของหนุ่มสาว (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์: 2557)	การรำไทรโยชน์ เป็นการ แสดงหนึ่งในชุดรำบูชาพระ ธาตุพนม (ธีรัช สุวรรณ มาโจ, สัมภาษณ์: 2557) และมีการปรับเปลี่ยนทำรำ เพื่อบูชาพระธาตุ มีทั้งหมด 9 ท่า เริ่มจาก ขวบก้นไป ไหว้พระที่พระธาตุ แห่ ดอกไม้ ไหว้วันทา ทำไหว้ ทำยอกเอน ทำสังค้ำน้ำ ทำลาพระธาตุ (วิจิตร ไชยปรการ, สัมภาษณ์: 2557)	การประยุกต์ใช้ใน วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของจังหวัด

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2545)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	พิธีกรรมเลี้ยงหอย เพื่อเป็นการ ตอบแทนเทวดาอารักษ์ที่ปกป้อง รักษาพื้นที่ของชุมชนให้อยู่ร่มเย็น เป็นสุข	พิธีกรรมที่แสดงถึงความ กตัญญูและความเคารพต่อ เทวดาอารักษ์ ยังสืบทอด มาจนถึงปัจจุบัน แต่ องค์ประกอบในการทำ พิธีกรรมมีการเปลี่ยนแปลง ไปตามความเหมาะสมของ ชุมชน	ความเชื่อและความ ศรัทธา ยังคงแฝงอยู่ใน ความเป็นชุมชนเมือง เนื่องจากผู้คนยัง ต้องการที่ยึดเหนี่ยว ทางจิตใจ
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	การทอผ้ามัดหมี่ เครื่องปั้นดินเผา	การทอผ้ามัดหมี่ ยังทำ เฉพาะบางบ้านเท่านั้น การทำเครื่องปั้นดินเผา ยังคงสืบทอดจากบรรพ บุรุษ ซึ่งเป็นสินค้า OTOP ของหมู่บ้าน “เมื่อก่อนใช้แต่แรงงานคน เอ็ดเองกับมือ ทุกมือนี่ โชคดี ดี มีเครื่องจักรมาผ่อนแรง ได้ บ่ต้องเมื่อยหลาย” (ถ่าย คำชม, สัมภาษณ์ : 2557)	การนำเทคโนโลยีมาใช้ ในงานช่างฝีมือมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้ อุปกรณ์ช่วยในการปั้น ดินเผา “เมื่อก่อนใช้แต่ แรงงานคน เอ็ดเองกับ มือ ทุกมือนี่ โชคดี มี เครื่องจักรมาผ่อนแรง ได้ บ่ต้องเมื่อยหลาย”
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือ ผู้อาวุโส	ชุมชนให้ความสำคัญกับการนับ ถือผู้อาวุโส โดยมีแนวปฏิบัติใน การแสดงความรัก เช่น การ รดน้ำดำหัวผู้เฒ่าผู้แก่ ในวัน สงกรานต์	ชุมชนให้ความเคารพแก่ผู้ อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต	สังคมไทยในระบบ อาวุโส มีความสำคัญ ต่อระบบสังคมไทย ไทยยังได้สืบซับ วัฒนธรรมไทย ระบบ อาวุโสจึงยังอยู่ในสำนึก ของชาติพันธุ์
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	ชุมชนให้ความเคารพนับถือเจ้า เฒ่าและเจ้าโต่ง เปรียบเหมือน ผู้นำทางจิตวิญญาณของชุมชน	ชุมชนให้ความเคารพแก่ เจ้าเฒ่าและเจ้าโต่ง เหมือน เช่นในอดีต	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับ ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ ความสำคัญ

4.1.7 ไทโล้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของไทโล้ บ้านโพนจาน ตำบลโพนจาน อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียงเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2553 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (สมศักดิ์ แต่มกลาง, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 อัตลักษณ์ไทโล้

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชน	เลือกพื้นที่ตั้งที่มีความอุดมสมบูรณ์ใกล้หนองน้ำ เพื่อการทำไร่ทำนา	ชุมชนมี วิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำ ที่หล่อเลี้ยงคนในชุมชน	การเปลี่ยนแปลงเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบชุมชน
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน	ชุมชนผูกพันกับแม่น้ำโขง เป็นพื้นที่ในการเลี้ยงชีพ เช่น ทำไร่ทำนา ทำสวน "หน้าแล้งก็ลงน้ำหาปลา หน้าฝนเข้าป่าหาเห็ดหาหน่อไม้ 4 ชั่วโมงคนละ80ปี รวมแล้วก็ 320 ปีมาแล้ว" (บุญเทียม วงศ์กะโซ่, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนทำสวนยางพารา มากขึ้น เนื่องจากมีรายได้ดีกว่าการทำไร่ทำนา แต่การทำงานยังคงมีอยู่	การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต เน้นการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากขึ้น
2) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	ชุมชนไม่ได้มีการรักษาทรัพยากรอย่างจริงจัง เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีความอุดมสมบูรณ์	ชุมชนมีป่าชุมชนเป็นพื้นที่การอนุรักษ์ป่าไม้ของชุมชน	ชุมชนให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมถูกทำลายและชุมชนได้รับผลกระทบ

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุของ ชุมชน	ชุมชนให้ความสำคัญกับวัด วา อาราม เนื่องจากมีวัดเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา และเป็นศูนย์รวมของชุมชน ตั้งแต่อดีต	ชุมชนยังนิยมเข้าวัดฟังธรรม ตามวิถีชีวิตวันที่มีความสำคัญ ทางพระพุทธศาสนา	ชุมชนมีความศรัทธา ต่อพระพุทธศาสนา เป็นที่ยึดเหนี่ยวทาง จิตใจตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน
3. ประเพณีและ วัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	บ้านไม้ยกสูง ฝากระแตะ มี การไถลิม (สมศักดิ์ แต่ม กลาง, สัมภาษณ์: 2557) ได้ ถนุบ้านไว้เลี้ยงสัตว์	บ้านไทโส้ มีการประยุกต์ใช้ พื้นที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยใช้ พื้นที่ไถถนุบ้านสำหรับ การทอผ้า	การปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้ สอยให้เข้ากับวิถีชีวิต ในสังคมปัจจุบัน
3.2 ภาษาถิ่น หรือภาษา ชาติพันธุ์	การติดต่อสื่อสารในกลุ่มไท โส้ด้วยภาษาไทโส้	การพูดคุยภาษาไทโส้ลด น้อยลง แต่ขึ้นอยู่กับ การติดต่อสื่อสารของแต่ละ ครอบครัว "แบบถั่วบ้านไหนพ่อแม่พาพูด ก็พูดแต่ถั่วพ่อแม่ไม่พาพูดก็จะ ใช้ภาษากลางในการ ติดต่อสื่อสาร" (รุ่งเรือง ราช มณี, สัมภาษณ์: 2557)	ความทันสมัย และ สภาพแวดล้อมการ ติดต่อภายในครอบครัว การแลกเปลี่ยน ติดต่อสื่อสารกับ บุคคลภายนอกมากขึ้น ทำให้ภาษาของ ชาติพันธุ์ถูกกลืนไปบ้าง
3.3 การแต่งกาย ของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ไทโส้ สวมเสื้อผ้าที่ทอและ ตัดเย็บเอง ใส่เสื้อตัวย่อม คราม กระดุมเงินที่ทำจาก เงินแท้ ผู้ชายใส่กางเกง คล้ายกางเกงขาก๊วย "เมื่อก่อนไทโส้ เป็นเผ่าที่ ร่ำรวย มีเงินแท้ ทองแท้มาก มาก เพราะเรามาจากลาว" (มัน แสนมอม, สัมภาษณ์: 2557)	การแต่งกายตามสมัยปัจจุบัน	ความเป็นสังคม สมัยใหม่ การได้รับ อิทธิพลจากสังคม ภายนอก ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงต่อการ แต่งกายของชาวไทโส้ จึงมีรูปแบบเป็นการ แต่งกายแบบสังคม สมัยใหม่

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
2) วันงาน ประเพณี	นุ่งผ้าซิ่นหมี นุ่งผ้าย้อมครามใส่ ผ้าแพรเก็บ	นุ่งผ้าถุงที่ทอเอง สวม เสื้อสมัยใหม่ ทำจากใย สังเคราะห์ เมื่อไป ร่วมงานประเพณีที่วัด	การได้รับอิทธิพลจากสังคม ภายนอก ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงต่อการแต่ง กายของชาวไทโส้ จึงมี รูปแบบเป็นการแต่งกาย แบบสังคมสมัยใหม่ แต่ไท โส้ยังคงทอผ้านุ่งเอง จึง หลงเหลือผู้คนในหมู่บ้านที่ แต่งกายด้วยผ้าซิ่นหมีใน วันงานประเพณีต่าง ๆ
3) เหตุการณ์ พิเศษ	-	การแต่งกายแบบไทโส้ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มาเป็นหมู่คณะ	การแสดงตัวตนต่อ สาธารณชนด้วยความ ภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์ที่ไม่เหมือน ใคร โดยผ่านการท่องเที่ยว
3.3 วัฒนธรรม การบริโภค อาหาร	ชุมชนนิยมประกอบอาหารที่ ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ข้าว ผัก ผัก กล้วย (หมก) แกงหน่อ แก้ว (แห้ง) น้ำพริกไทโส้ นั่งทานกับพื้นบน เสื่อภายในครอบครัวใหญ่ "สมัยก่อนการประกอบอาหารจะ ไม่ใส่ผงชูรส" (จำรอง สุธรรม, สัมภาษณ์: 2557)	ชุมชนนิยมนานอาหาร พื้นบ้าน ที่เรียบง่าย	วัฒนธรรมการกินของ ชุมชนยังคงเหมือนอดีต แต่ รูปแบบของอาหาร ปรับไป ตามความเป็นสังคม สมัยใหม่
3.4 ศิลปะ การแสดง	การรำโล้ทั้งบั้ง ทำท่วงในการรำ มาจากความศรัทธาผีบรรพบุรุษ มาแต่โบราณ เป็นการรำเพื่อ บวงสรวงผีบรรพบุรุษเท่านั้น (รุ่งเรือง ราชณิ, สัมภาษณ์: 2557)	ปัจจุบันเป็นแบบ ประยุกต์การแสดงเพื่อ การท่องเที่ยว ใช้ไม้ไผ่กระทุ้งกับพื้น เพื่อเป็นการให้เสียงและ จังหวะ (เครื่องดนตรี พิน แคน กลองตุ้ม)	การประยุกต์เพื่อการ ท่องเที่ยว ดึงดูดความ สนใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชน มากขึ้น โส้ทั้งบั้ง จึงเป็น การแสดงตัวตนทาง ชาติพันธุ์ได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2553)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	พิธีเหยา รักษาอาการ เจ็บป่วยตามความเชื่อของ ชุมชน การเลี้ยงปู่ตา หลังจากทำนา เสร็จก่อนไปทำนาต้องมีการ เลี้ยง หรือบนบานศาลกล่าว ตามที่ต้องการ การเกิด หมอตำแยทำคลอด เมื่อคลอดเสร็จนำลูกใส่ กระดังและตัดสายสะดือ	พิธีเหยา ได้นำการรำในพิธี เหยามาจัดแสดงเพื่อการ ท่องเที่ยว ส่วนการเกิดนั้น คลอดที่โรงพยาบาล เมื่อกลับ มาที่บ้าน จะนำลูกมานอน ในกระดัง 3 วัน	ความเชื่อกับวิทยาการ สมัยใหม่ ที่ปรับเปลี่ยนการ ดำเนินชีวิตของชุมชน ทำ ให้ความเชื่อเรื่องผีลดลง แต่ชุมชนได้นำพิธีเหยามา จัดแสดงให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสอัตลักษณ์เฉพาะ ทางชาติพันธุ์
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	ผ้ามัดหมี่ เป็นงานฝีมือที่ทอ ขึ้นเพื่อสวมใส่ การจักสาน เป็นอุปกรณ์ใน การดำรงชีวิต	ผ้ามัดหมี่ เป็นการทำขึ้นมาใช้ เองและจำหน่าย การจักสาน มีจำนวนน้อยลงและทำไว้ใช้ เองเท่านั้น มีตุ๊กตาไทโส้ เป็น ผลิตภัณฑ์โอท็อป	ความเป็นสังคมสมัยใหม่ ที่ต้องการรายได้เพิ่มมาก ขึ้นจากระบบสังคม
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือผู้ อาวุโส	ชุมชน ให้ความสำคัญกับการ นับถือผู้อาวุโสเป็นอย่างยิ่ง โดยมีแนวปฏิบัติในการแสดง ความเคารพ	ชุมชนยังให้ความสำคัญกับผู้ อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต	สังคมไทยในระบบอาวุโส มีความสำคัญต่อระบบ สังคมไทย ไทโส้จึงรับ วัฒนธรรมไทย ระบบ อาวุโส
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	พ่อจ๋า เป็นคนที่ไม่สื่อสาร บอกกล่าวกับปู่ตา แม่แก้ว เป็นผู้นำทำพิธีแซงชะ นาม เพื่อแสดงความกตัญญู ต่อผีบรรพบุรุษ	การนับถือพ่อจ๋าและแม่แก้ว ยังคงมีแนวปฏิบัติเหมือนใน อดีต แต่ปรับเปลี่ยนไปตาม ความเหมาะสม	การเปลี่ยนแปลงของ สภาพสังคมในปัจจุบัน มีความเป็นสมัยใหม่มาก ขึ้นตามเทคโนโลยีและ วิทยาศาสตร์ ทำให้ขาด ความตระหนักต่อการ ประกอบพิธีกรรมดั้งเดิม เช่นในอดีต ทำให้ ระดับความเข้มข้นของ ความเดิมแท้ในการให้ ความเคารพกับผู้นำ ชุมชนเปลี่ยนแปลงไป

4.1.8 ภูเก็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของภูเก็ต บ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยนำเสนอเป็นตารางและความเรียง เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ในอดีตจนถึง พ.ศ. 2549 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยว (ถวัลย์ ฝิวขำ, สัมภาษณ์ : 2558) ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 อัตลักษณ์ภูเก็ต

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2549)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
1. ลักษณะของพื้นที่ 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชน	พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ บนที่ราบและเนินสูง สลับกันไปที่ราบลุ่มที่เป็นราบหุบเขามีภูเขาล้อมรอบ 4 ด้าน "ภูไทจะอาศัยน้ำเป็นหลัก ภูไทจะเลือกน้ำเป็นอันดับแรก ในการที่จะตั้งถิ่นฐาน แต่ไม่เคยมีน้ำท่วม" (บุญธรรม แก้วศรีนวม, สัมภาษณ์: 2557)	พื้นที่หุบเขา เน้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	การเปลี่ยนแปลงเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ล้อมรอบชุมชน แต่ชุมชนยังตั้งถิ่นฐานใกล้กับภูเขา ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์เดิมแท้ของภูเก็ต
2. ทรัพยากร 2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน	เป็นแหล่งทำมาหากิน พึ่งพาธรรมชาติเดิมที่ เช่น ใช้ไม้สร้างเรือน ทำนา เน้นเรื่องการทำนาเป็นหลัก ทั้งนี้ ภูไทอาศัยน้ำเป็นหลักเพราะว่าเป็นชนเผ่าที่อาศัยการเพาะปลูก ทำไร่นา ดังคำกล่าวที่ว่า "ข้าไปนาไฟ ภูไทไปน่าน้ำ" (ชัยบดินทร์ สาลีพันธ์, สัมภาษณ์: 2557)	ความผูกพันกับธรรมชาติลดลง แต่ยังชีพพึ่งพาธรรมชาติในการยังชีพตามฤดูกาล เช่น หาหน่อไม้เก็บเห็ด	การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต เน้นการค้าเงินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากขึ้น พึ่งพาธรรมชาติลดน้อยลง และหันไปสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2549)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	ส่วนพื้นที่ไม่สามารถทำนาได้จะ ทำสวน สวนฝ้ายสวนหม่อน และนำมาปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ต่อ หากพื้นที่ราบไม่พอ จะไป ทำไร่เลื่อนลอย		
2) การรักษา ทรัพยากร ธรรมชาติ	ปี พ.ศ. 2515 ตั้งเป็นเขตป่า สงวน ช่วยกันดูแลป่ามากขึ้น ชุมชนเห็นความสำคัญของ ธรรมชาติมากขึ้น	มีการปลูกป่าในพื้นที่ ชุมชนมากขึ้น	ชุมชนเห็นคุณค่าและโทษจาก การตัดไม้ จึงหันมาช่วยกัน อนุรักษ์ช่วยกันมากขึ้น
2.2 โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ของชุมชน	กุฏิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทารามและ พระพุทธศิรี ชุมชนให้ ความสำคัญกับวัด เนื่องจาก เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา และเป็นศูนย์รวมของชุมชน ตั้งแต่อดีต	ชุมชนยังนิยมเข้าวัดฟัง ธรรมตามวิถีชีวิตวันที่มี ความสำคัญทาง พระพุทธศาสนา	ชุมชนมีความศรัทธาต่อ พระพุทธศาสนา เป็นที่ยึด เหนี่ยวทางจิตใจตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน
3. ประเพณีและ วัฒนธรรม 3.1 บ้านเรือน พื้นถิ่น	เรือนแบบทรงสูง 2 ชั้น เรือนญไททรงสูง เสาไม้ พื้น เรือนเป็นไม้ไผ่สับฟาก หรือสาน ขัดลายสองหรือลายสาม หลังคาจั่วสูง มุงด้วยหญ้าคา (ยนต์ กลางประชพันธ์, สัมภาษณ์: 2557)	รูปแบบบ้านสมัยใหม่ แบบตะวันตก สองชั้น	ปลูกขึ้นบ้าน และ ธรรมชาติเปลี่ยนแปลง ทำ ให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เปลี่ยนแปลง "ธรรมชาติเปลี่ยน คนก็เลยต้องเปลี่ยน" (ถวัลย์ ผิวขำ, สัมภาษณ์, 2557) ชุมชนบางส่วนหันมาปลูก สร้างบ้านด้วยวัสดุอุปกรณ์ สมัยใหม่ ระดับความเดิมแท้ จึงลดลงไป
3.2 ภาษาถิ่น หรือภาษา ชาติพันธุ์	เวลาคุยหรือสนทนาในกลุ่มโดย ใช้ภาษาญไท	เวลาคุยหรือสนทนาใน กลุ่มโดยใช้ภาษาญไท ถ้า ติดต่อกับบุคคลภายนอก ใช้ภาษาไทยกลาง	การติดต่อแลกเปลี่ยนกับ บุคคลในสังคม เรียนรู้ เลียนแบบ เพื่อใช้ติดต่อกับ บุคคลอื่น อัตลักษณ์ภาษา ยังคงอยู่ เนื่องจากสื่อสาร ด้วยภาษาญไทในชุมชน

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2549)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
3.3 การแต่งกาย ของชนเผ่า 1) วันธรรมดา	ใส่เสื้อผ้าฝ้ายที่ ทำเอง ทอเอง ย้อมน้ำคราม ผู้ชาย แต่งเสื้อย้อมคราม นุ่งสะโพรง ผ้าขาวม้า กางเกง ขาก๊วย ผู้หญิง นุ่งซิ่นสีดำไม่มีลาย ย้อมคราม	แต่งกายตามสมัยนิยม "ปัจจุบันก็ตามยุคตามสมัย แล้ว ผู้ชายนุ่งกางเกง ขาก๊วย สะโพรง เราเพิ่ง รับมาในตอนที่ไทใหญ่ พวกกุลานี้เข้ามา" (ชัยบดินทร์ สาสีพันธ์, สัมภาษณ์: 2557)	ความเป็นสังคม สมัยใหม่ ทำให้วิถีชีวิต ของชุมชนเปลี่ยนไป การแต่งกายของ ภูไทจึงเป็นแบบ สมัยใหม่ โดยเฉพาะวัย เด็ก วัยรุ่น หนุ่มสาว แต่ผู้สูงวัย ยังคงแต่ง กายตามแบบของภูไท
2) วันงานประเพณี	ใส่เสื้อผ้าธรรมดา (ผ้าฝ้าย)ที่ ทำเอง ส่วนใหญ่จะใส่เสื้อผ้าสี ขาว ผู้หญิงใส่ซิ่นหมี่ ซิ่นไหม (ส่วนใหญ่หมี่สีชาวดำ) ส่วน ไหมก็คือ สีสวรรค์สีธรรมชาติ	แต่งกายด้วยชุดภูไท ประยุกต์กับเสื้อผ้า สมัยใหม่	ความทันสมัยของสังคม แต่ยังคงอนุรักษ์ เอกลักษณ์การแต่งกาย ไว้ด้วยการผสมผสาน กับรูปแบบในสมัยใหม่
3) เหตุการณ์พิเศษ	-	การแต่งกายด้วยชุดประจำ ชาติพันธุ์ มีเอกลักษณ์ เฉพาะ เพื่อจัดแสดงให้ นักท่องเที่ยวได้ชม	การแสดงตัวตนต่อ สาธารณชนด้วยความ ภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์ที่ไม่ เหมือนใคร โดยผ่าน การท่องเที่ยว เป็นการ สร้างความหมายของ ความเดิมแท้ให้กับชุด แต่งกายของชาติพันธุ์
3.3 วัฒนธรรมการ บริโภคอาหาร	กินอาหารตามฤดูกาล เช่น แจ่วผัก นก หนู ปูจี่ สาร หวาย หน่อไม้ "เมื่อก่อนไม่มีปลาร้า เราเพิ่ง มารู้วิธีการทำปลาแดกเมื่อมา อยู่ที่ลุ่มกับลาว (ยี่ม)" (ชัยบดินทร์ สาสีพันธ์, สัมภาษณ์: 2557)	อาหารตามฤดูกาล ปรุง ด้วยวิธีการที่เรียบง่าย	วัฒนธรรมการกินของ ชุมชนยังคงเหมือนอดีต พึงพิงธรรมชาติเป็น หลัก แสดงถึงอัต ลักษณ์ที่ยังคงความเดิม แท้ในการประกอบ อาหารเช่นในอดีต

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2549)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
	“เวลากินข้าวใช้ขันโตกนั่งกับพื้น ไม่ปูเสื่อ ในขันโตกก็จะมีแจวกับ ผักตามฤดูกาล ข้าวเหนียว” (แสงสว่าง สีดี, สัมภาษณ์: 2557)		
3.4 ศิลปะ การแสดง	การฟ้อนภูไท ฟ้อนกลองตุ้ม ดนตรีพื้นเมือง แบบอีสาน มีแคน มีกระจับปี่ (พิณ) โหวต ฟ้อนภูไทจะฟ้อนต้อนรับแขก บ้านแขกเมือง	ฟ้อนภูไท จะฟ้อนต้อนรับ แขกบ้านแขกเมืองเช่นอดีต มีการฟ้อนแสดงวิถีชีวิต ผู้ชายจะฟ้อนมวยโบราณ	สืบทอดวัฒนธรรมและ เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการ ท่องเที่ยว แสดง อัตลักษณ์เฉพาะตนได้ เป็นอย่างดี
3.5 ความเชื่อ แนวปฏิบัติของ สังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	การเลี้ยงผีตาแฮะ การเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อบูชาและ เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอพรและ ขอบคุณที่นา เพราะชุมชนเชื่อว่า ผืนนามีบุญคุณต่อชีวิต เพราะ เป็นแหล่งปลูกข้าว	ยังมีการสืบทอดพิธีเลี้ยงผี ตาแฮะ เป็นบางครอบครัว	จำนวนที่นาลดลง บาง คนไม่ได้ให้ความสำคัญ จึงละเลยไม่ปฏิบัติตาม อัตลักษณ์ด้านความ เชื่อจึงลดลงไปตาม กระแสของ ความก้าวหน้าทาง วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี
3.6 งานช่างฝีมือ ดั้งเดิม	ผู้หญิงทอผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผู้ชายงานจักสานเครื่องใช้ใน ครัวเรือนจากไม้เพื่อใช้ใน ครัวเรือน แลกเปลี่ยนกันกับ เพื่อนบ้านหรือขายบ้างเล็กน้อย	การทอผ้าเพื่อใช้เองและ จำหน่าย การจักสานที่ยังคงเหลืออยู่ เป็น กะหยั๋ง มีลักษณะ เหมือนตะกร้าแต่มีเชือกผูก เป็นหูสะพาย	การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต เพื่อความอยู่รอดใน สังคมปัจจุบัน ความ เป็นสมัยใหม่ แต่ชุมชน ยังสืบทอดการทอผ้าที่ แสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชาติพันธุ์ไว้เป็นอย่างดี แต่ปรับรูปแบบให้มี ความทันสมัยยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อัตลักษณ์	อดีต (อดีต - พ.ศ. 2549)	ปัจจุบัน (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน)	สาเหตุ การเปลี่ยนแปลง
4. การบริหาร จัดการของชุมชน 4.1 การนับถือผู้ อาวุโส	ชุมชนให้ความสำคัญกับการนับ ถือผู้อาวุโสเป็นอย่างยิ่ง โดยมีแนวปฏิบัติในการแสดง ความเคารพ	ชุมชนยังให้ความเคารพแก่ ผู้อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต	สังคมไทยในระบบ อาวุโส มีความสำคัญ ต่อระบบสังคมไทยและ มีอิทธิพลต่อกลุ่ม ชาติพันธุ์
4.2 บุคคลที่ ชุมชนให้ความ เคารพนับถือ	เจ้าปู่ตา ปรารักษ์ชาวบ้าน หมอธรรม (ร่างทรง) หมอจำ (สื่อกลางระหว่างปู่ตากับ ชาวบ้าน)	การนับถือผู้นำทาง ความคิดและจิตวิญญาณ ยังคงมีแนวปฏิบัติเหมือน ในอดีต แต่ปรับเปลี่ยนไป ตามความเหมาะสม	ความเชื่อในสิ่งที่ลึกลับ ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ ความสำคัญ เป็นที่ พึ่งพิงทางจิตใจของ ชุมชน ยังคงสวดแทรก อยู่ในวิถีการดำเนิน ชีวิตของไทพวนในยุค ปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและเป็นสิ่งบ่งบอกถึง ความแตกต่างของกลุ่มคนที่ได้จากการติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กัน อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ สามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ 1) อัตลักษณ์ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาจากการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์ 2) อัตลักษณ์ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ พิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทาง วัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร 3) อัตลักษณ์ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม พิจารณาจากลักษณะบ้านเรือน ภาษา ความเชื่อ การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อ พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม ตลอดจนแนวปฏิบัติของสังคมที่เกี่ยวข้องกับ ธรรมชาติ และ 4) อัตลักษณ์ด้านการบริหารจัดการของชุมชน พิจารณาจากการนับถือผู้อาวุโสและ บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ ทั้งนี้ อัตลักษณ์ในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความ ทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของชาติพันธุ์ในภูมิสังคมที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของการ ท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เปรียบเหมือนดาบสองคมที่ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนไปบ้าง แต่ใน ขณะเดียวกัน กระแสของการท่องเที่ยวได้ปลูกให้ชาติพันธุ์บางกลุ่มลุกขึ้นมาอนุรักษ์อัตลักษณ์ของ ตนเองเพื่อสร้างสำนึกทางชาติพันธุ์ไว้อย่างเหนียวแน่น เพื่อเป็นสิ่งที่ย้ำเตือนให้บุคคลภายนอกรับรู้ว่ กลุ่มชาติพันธุ์เป็นใครและนำมาซึ่งความภาคภูมิใจแก่ชาติพันธุ์

4.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ ตลอดจนมุมมองของชุมชนต่อการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้จึงประกอบด้วย

- 4.2.1 ไทดำ
- 4.2.2 ไทพวน
- 4.2.3 ไทแสก
- 4.2.4 ไทกะเลิง
- 4.2.5 ไทข่า
- 4.2.6 ไทญ้อ
- 4.2.7 ไทโส้
- 4.2.8 ภูไท

จากข้างต้น รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

4.2.1 ไทดำ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไทดำต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทดำ)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทดำ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	140	35.00
หญิง	260	65.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	20	5.00
21-30 ปี	40	10.00
31-40 ปี	88	22.00

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
41-50 ปี	98	24.50
50 ปีขึ้นไป	154	38.50
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	53	13.30
สมรส	276	69.00
หย่าร้าง	26	6.30
หม้าย	46	11.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	245	61.30
มัธยมศึกษา / ปวช.	133	33.30
ปวส. หรืออนุปริญญา	5	1.30
ปริญญาตรี	17	4.30
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	235	57.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	149	37.30
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	16	4.00
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	5	1.30
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	20	5.00
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	82	20.50
เกษตรกรรวม	215	53.80
หัตถกรรม	25	6.30
ค้าขาย	43	10.80
อื่น ๆ	15	3.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 140 คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุ 31-40 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุ 21-30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 โสด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 หม้าย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 หย่าร้าง จำนวน 25 คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 5,001-10,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ค้าขาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 หัตถกรรม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทดำ)

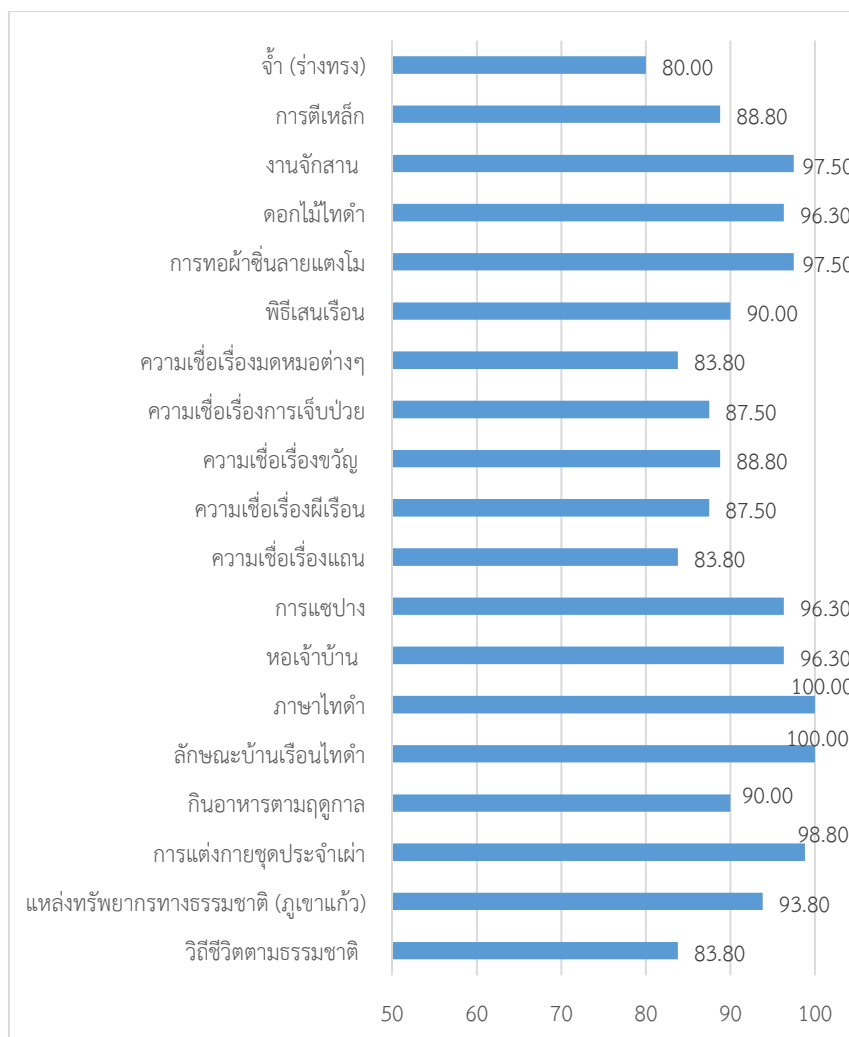
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอ
เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทดำ)

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	335	83.80	65	16.30
แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ภูเขาแก้ว)	375	93.80	25	6.30
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	395	98.80	5	1.30
กินอาหารตามฤดูกาล	360	90.00	40	10.00
ลักษณะบ้านเรือนไทดำ	400	100.00	-	-
ภาษาไทดำ	400	100.00	-	-

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอเจ้าบ้าน	385	96.30	15	3.80
การแชปาง	385	96.30	15	3.80
ความเชื่อเรื่องแถน	335	83.80	65	16.30
ความเชื่อเรื่องผีเรือน	350	87.50	50	12.50
ความเชื่อเรื่องขวัญ	355	88.80	45	11.30
ความเชื่อเรื่องการเจ็บป่วย	350	87.50	50	12.50
ความเชื่อเรื่องมดหมอต่างๆ	335	83.80	65	16.30
พิธีเสนเรือน	360	90.00	40	10.00
การทอผ้าซิ่นลายแตงโม	390	97.50	10	2.50
ตุ้มนก ตุ้มหนู	385	96.30	15	3.80
งานจักสาน	390	97.50	10	2.50
การตีเหล็ก	355	88.80	45	11.30
จ้ำ (ร่างทรง)	320	80.00	80	20.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทดำ ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ ลักษณะบ้านเรือนไทดำและภาษาไทดำ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 อันดับสอง คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.80 อันดับสาม คือ การทอผ้าซิ่นลายแตงโมและงานจักสาน จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 อันดับสี่ คือ หอเจ้า บ้าน การแชปางและตุ้มนก ตุ้มหนู จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.30 อันดับห้า คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ภูเขาแก้ว) จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.80 อันดับหก คือ กินอาหารตามฤดูกาลและพิธีเสนเรือน จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 อันดับเจ็ด คือ ความเชื่อเรื่องขวัญและการตีเหล็ก จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.80 อันดับแปด คือ ความเชื่อเรื่องผีเรือนและความเชื่อเรื่องการเจ็บป่วย จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 อันดับเก้า คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ ความเชื่อเรื่องแถนและความเชื่อเรื่องมดหมอต่าง ๆ จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 และอันดับสุดท้าย คือ จ้ำ (ร่างทรง) จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทดำ)

4.2.1.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน
รูปแบบ (ไทดำ)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทดำ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	3.81	0.92	มาก	1
ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.15	1.17	ปานกลาง	14
ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.46	1.09	มาก	11
ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.71	0.89	มาก	4
บ้านไทดำ มีขอกูด (เขาควย) เป็นสัญลักษณ์	3.07	1.35	ปานกลาง	15
การสื่อสารด้วยภาษาไทดำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.44	1.20	มาก	12
การแสดงของไทดำ เช่น การแซปาง	3.66	1.12	มาก	7
ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี	3.68	1.25	มาก	5
ชุมชนมีความเชื่อเรื่องต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องแถนผีเรือน ขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอต่าง ๆ	3.56	1.19	มาก	8
ห้ามบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของบ้านเข้าใกล้บริเวณมูมเสนเรือน ของแต่ละบ้าน	3.35	1.36	ปานกลาง	13
ชุมชนมีการทอผ้าขึ้นลายแตงโมเป็นเอกลักษณ์ของไทดำ	3.52	1.15	มาก	9
ต๋มหนัก ต๋มหนู ใช้ในการแซปาง	3.67	1.07	มาก	6
ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.72	1.01	มาก	3
การตีเหล็ก เป็นอาชีพดั้งเดิมของไทดำ	3.51	1.23	มาก	10
จ้ำ เป็นบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพและเชื่อฟังในการทำ พิธีกรรม	3.80	1.21	มาก	2
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.54	0.91	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นต่อวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.92) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ จ้ำ เป็นบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพและเชื่อฟังในการทำพิธีกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 1.21) อันดับสาม คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 1.01) อันดับสี่ คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.89) อันดับห้า คือ ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปีอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 1.25) อันดับหก คือ ต๋มหนัก ต๋มหนู ใช้ในการแซปางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 1.07) อันดับเจ็ด คือ การแสดงของไทดำ เช่น การแซปางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.12) อันดับแปด คือ ชุมชนมีความเชื่อเรื่อง

ต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องแกนผีเรือนขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.19) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการทอผ้าขึ้นลายแดงโมเป็นเอกลักษณ์ของไทดำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.15) อันดับสิบ คือ การตีเหล็ก เป็นอาชีพดั้งเดิมของไทดำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 1.23) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 1.09) อันดับสิบสอง คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทดำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 1.20) อันดับสิบสาม คือ ห้ามบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของบ้านเข้าใกล้บริเวณมูเสนาเรือนของแต่ละบ้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.36) อันดับสิบสี่ คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.17) และอันดับสุดท้าย คือ บ้านไทดำ มีขอกุด (เขาควาย) เป็นสัญลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 1.35)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทดำ)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทดำ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.76	0.91	มาก	1
การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.59	1.16	มาก	10
บ้านเรือนไทดำ มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.24	1.16	ปานกลาง	12
การสื่อสารด้วยภาษาไทดำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.66	1.05	มาก	6
การแข่งขาน เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน	3.42	1.14	มาก	11
งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงความเคารพบรรพบุรุษ	3.62	1.18	มาก	8
ความเชื่อเรื่องต่างๆ (แกน ผีเรือน ขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอ) เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี	3.68	1.23	มาก	4
การเสนเรือน เป็นการแสดงความเคารพต่อบรรพบุรุษ	3.63	1.15	มาก	7
การทอผ้าลายแดงโม เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของไทดำ	3.61	1.12	มาก	9
ตุ่มนก ตุ่มหนู ใช้ประดับตกแต่งต้นปาง	3.67	1.09	มาก	5
เครื่องจักสาน การตีเหล็ก เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.69	1.17	มาก	3
จำ เป็นผู้นำในการประกอบพิธีกรรม	3.73	1.22	มาก	2
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.61	0.84	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นธรรมชาติเป็น

แหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.91) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ จำเป็นผู้นำในการประกอบพิธีกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 1.12) อันดับสาม คือ เครื่องจักสาน การตีเหล็ก เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.17) อันดับสี่ คือ ความเชื่อเรื่องต่างๆ (แถน ผีเรือน ขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอ) เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 1.23) อันดับห้า คือ ต้มหมก ต้มหนุ ใช้ประดับตกแต่งต้นปางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 1.09) อันดับหก คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทยคำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.05) อันดับเจ็ด คือ การเสนเรือนเป็นการแสดงความเคารพต่อบรรพบุรุษอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 1.15) อันดับแปด คือ งานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเพื่อแสดงความเคารพบรรพบุรุษอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 1.18) อันดับเก้า คือ การทอผ้าลายแดงไหมเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของไทดำอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 1.12) อันดับสิบ คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 1.16) อันดับสิบเอ็ด คือ การแขปางเป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$, S.D. = 1.14) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ บ้านเรือนไทดำมีได้หมู่บ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.24$, S.D. = 1.16)

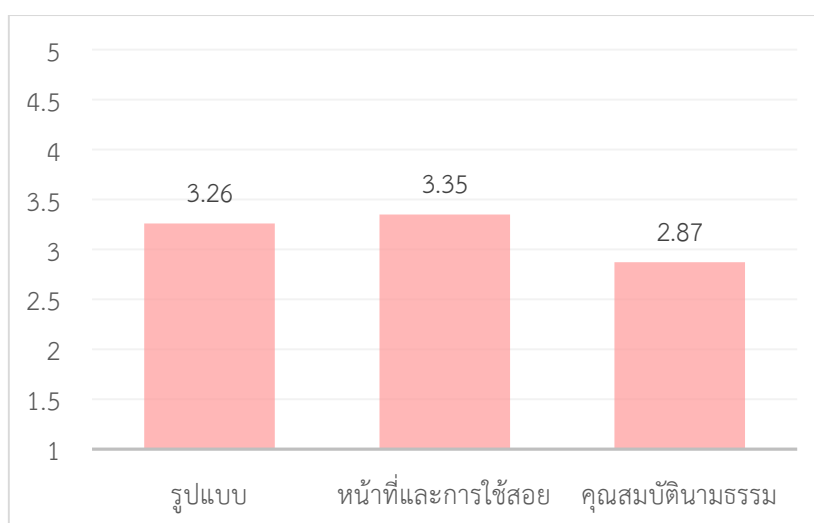
3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน คุณสมบัตินามธรรม (ไทดำ)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทดำ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.76	0.91	มาก	2
การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ได้ชัดเจน	3.51	1.08	มาก	11
บ้านเรือนไทดำ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.58	1.12	มาก	9
ภาษาไทยคำ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน	3.78	1.09	มาก	1
การแขปาง เป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับชุมชน	3.54	1.08	มาก	10
เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ	3.73	1.22	มาก	4
ความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.75	1.09	มาก	3
การเสนเรือน เป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนพันเคราะห์ หมดทุกข์โศก	3.65	1.14	มาก	7
ฝีมือการทอผ้า จักสาน ต้มหมก ต้มหนุ เป็นความภาคภูมิใจให้กับ ชุมชน	3.70	1.08	มาก	6
ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.63	1.05	มาก	8
จำ เป็นร่างทรงที่ติดต่อกับเทวดาและผีบรรพบุรุษได้	3.73	1.24	มาก	5
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.67	0.91	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นในภาษาไทยต่ำเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.09) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.91) อันดับสาม คือ ความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.09) อันดับสี่ เลี้ยงผีปู่ตาเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ต้องปฏิบัติเป็นประจำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.22) และจำเป็นร่างทรงที่ติดต่อกับเทวดาและผีบรรพบุรุษได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.24) อันดับห้า คือ ฝีมือการทอผ้า จักสาน ต้มนึ่ง ต้มหนุเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.08) อันดับหก คือ การเสนเรื่อนเป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนพันเคราะห์ หมดทุกข์โศกโรคภัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.14) อันดับเจ็ด คือ ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.05) อันดับแปด คือ บ้านเรือนไทดำเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.12) อันดับเก้า คือ การแซ่ปางเป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 1.08) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 1.08)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทดำ จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านคุณสมบัตินามธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ด้านหน้าที่และการใช้สอย ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.84) และด้านรูปแบบ ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ)

4.2.1.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทดำ)

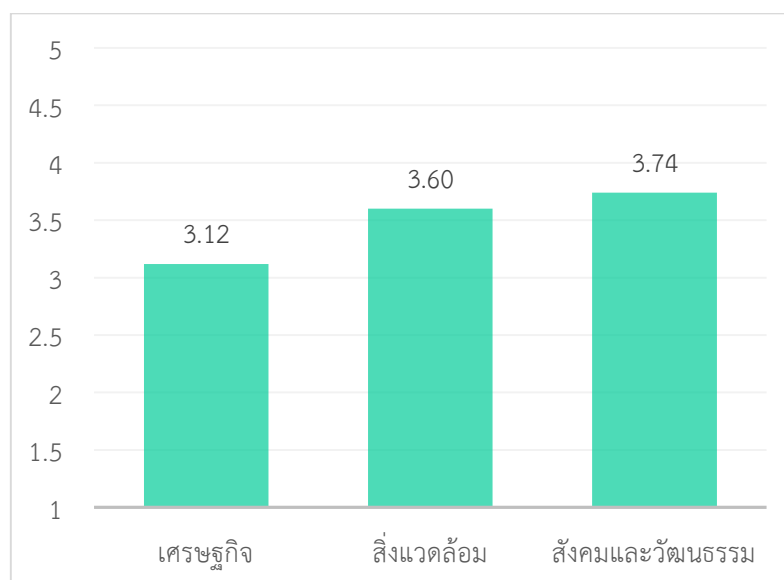
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทดำ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.65	0.92	มาก	9
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.64	0.86	มาก	10
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.70	0.93	มาก	8
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.66	0.90	มาก	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.72	0.87	มาก	7
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.80	0.88	มาก	6
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.87	0.86	มาก	5
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.80	0.87	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	4.02	0.79	มากที่สุด	2
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	4.05	0.79	มากที่สุด	1
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	4.02	0.79	มากที่สุด	2
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.87	0.94	มาก	4
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.80	1.03	มาก	6
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	4.02	0.95	มากที่สุด	3
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.96	0.88	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวของชุมชนไทดำ	3.85	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.79) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.793) และชุมชนมีความเต็มใจ

และร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.793) อันดับสาม คือ ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.95) อันดับสี่ คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.94) อันดับห้า คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.86) อันดับหก คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.88) และชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.88) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.87) อันดับแปด คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.93) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.92) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.86)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนไทดำมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.87) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทดำ)

4.2.2 ไต้หวัน

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไต้หวันต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ ระดับ การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไต้หวัน)

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไต้หวัน)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	34	8.50
21-30 ปี	82	20.50
31-40 ปี	60	15.00
41-50 ปี	78	19.50
50 ปีขึ้นไป	146	36.50
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	112	28.00
สมรส	238	59.50
หย่าร้าง	14	3.50
หม้าย	36	9.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	180	45.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	152	38.00
ปวส. หรืออนุปริญญา	32	8.00
ปริญญาตรี	34	8.50
สูงกว่าปริญญาตรี	5	0.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	154	38.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	154	38.50
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	50	12.50

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	26	6.50
มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	32	8.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	1.50
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	12	3.00
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	70	17.50
เกษตรกรรวม	106	26.50
ค้าขาย	96	24.00
อื่นๆ	78	19.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 184 คิดเป็นร้อยละ 46.00 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 อายุ 31-40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 โสด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 หม้าย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 หย่าร้าง จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่เป็นระดับประถมศึกษา จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มัธยมศึกษา / ปวช.จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 5,001-10,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ค้าขาย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 อาชีพอื่นๆไม่ระบุ จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 19.50 รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ข้าราชการ / พนักงาน

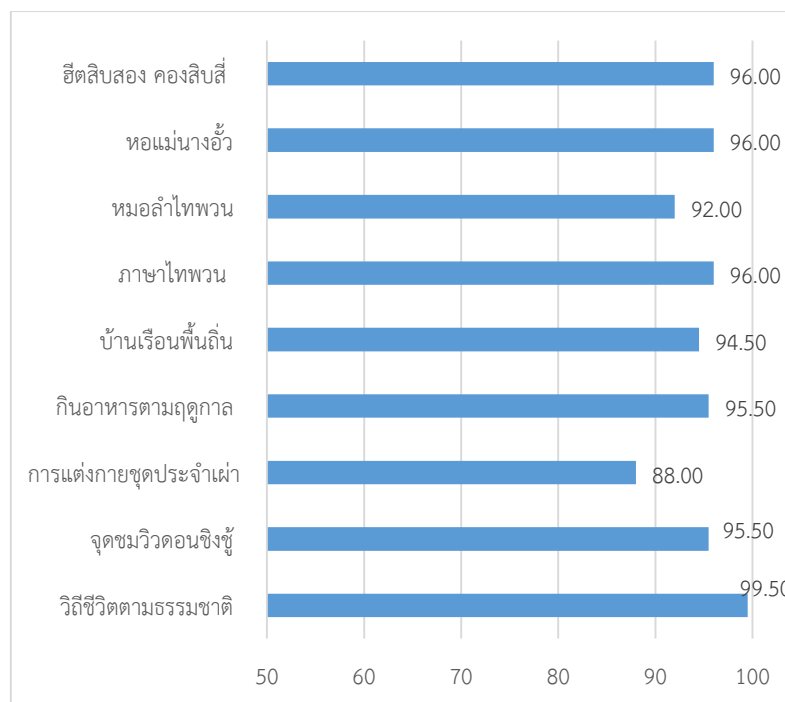
ของรัฐ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอ
เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทพวน)

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	352	88.00	48	12.00
จุดชมวิวตอนชิงชัน	382	95.50	18	4.50
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	398	99.50	2	0.50
กินอาหารตามฤดูกาล	382	95.50	18	4.50
บ้านเรือนพื้นถิ่น	378	94.50	22	5.50
ภาษาไทพวน	384	96.00	16	4.00
หมอลำไทพวน	368	92.00	32	8.00
หอมนางอ้าว	384	96.00	16	4.00
ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	384	96.00	16	4.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
ไทพวนที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ การแต่งกายชุดประจำ
ชาติพันธุ์ จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 99.50 อันดับสอง คือ ภาษาไทพวน จำนวน 384 คน
คิดเป็นร้อยละ 96.00 หอมนางอ้าว และฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00
อันดับที่สาม คือ จุดชมวิวตอนชิงชัน จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 การกินอาหารตามฤดูกาล
จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 อันดับสี่ คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ
94.50 หมอลำไทพวน จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.00 และอันดับสุดท้าย คือ วิถีชีวิตตาม
ธรรมชาติ จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว (ไทพวน)

4.2.2.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทพวน)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน รูปแบบ (ไทพวน)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ อัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทพวน)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.86	0.73	มาก	2
ดอนชิงซู เกาะกลางแม่น้ำโขง	3.87	0.78	มาก	1
ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.56	1.05	มาก	5
ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในงานประเพณีท้องถิ่น	3.48	0.97	มาก	8

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.49	0.91	มาก	7
ลักษณะเฉพาะของเรือนไทพวน เป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง	3.55	1.13	มาก	6
การสื่อสารด้วยภาษาไทพวน ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.56	0.99	มาก	5
หมอลำไทพวน เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.65	1.11	มาก	4
หอแม่นางอ้าว เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ	3.31	1.32	ปานกลาง	9
ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่	3.18	1.27	ปานกลาง	10
ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.65	1.42	มาก	4
ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.71	1.28	มาก	3
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	3.86	0.73	มาก	2
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.57	0.55	มาก	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นตอนซึ่งชี้เกาะกลางแม่น้ำโขงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.973) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.73) และชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.73) อันดับสาม คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.28) อันดับสี่ คือ หมอลำไทพวนเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.11) และชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.42) อันดับห้า คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทพวนในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.99) และชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 1.05) อันดับหก คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไทพวนเป็นเรือนไม้ใต้ถุนสูงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.13) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.91) อันดับแปด คือ ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 0.97) อันดับเก้า คือ หอแม่นางอ้าวเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อบนบานขอพรเป็นที่พึ่งทางจิตใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 1.32) และอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 1.27)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน หน้าที่และการใช้สอย (ไทพวน)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทพวน)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.71	0.80	มาก	1
ดอนชิงซู เป็นจุดชมวิว อยู่กลางแม่น้ำโขง	3.68	0.87	มาก	3
การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.51	0.95	มาก	6
บ้านเรือนไทพวน มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.57	1.11	มาก	5
การสื่อสารด้วยภาษาไทพวน ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อ ความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น	3.59	1.08	มาก	4
หมอลำไทพวน เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน ในเวลาว่าง	3.69	1.07	มาก	2
ฮิตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.34	1.23	ปานกลาง	7
การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.71	1.25	มาก	1
เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.71	1.22	มาก	1
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.61	0.74		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพหาอาหาร ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.80) เครื่องจักสานเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.22) และการทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.25) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ หมอลำไทพวนเพื่อความบันเทิง สนุกสนานในเวลาว่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.07) อันดับสาม คือ ดอนชิงซูเป็นจุดชมวิว อยู่กลางแม่น้ำโขงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.87) อันดับสี่ คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทพวนในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 1.08) อันดับห้า คือ บ้านเรือนไทพวนมีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 1.11) อันดับหก คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.95) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ฮิตสิบสอง คองสิบสี่เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 1.23)

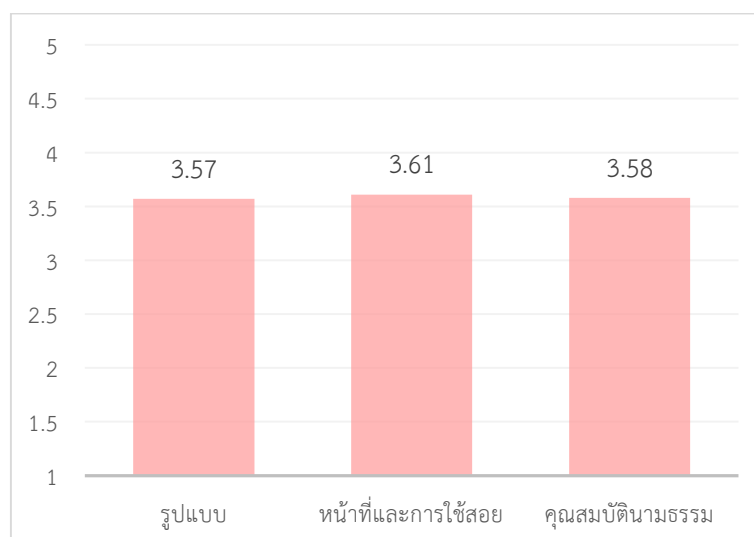
3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน คุณสมบัตินามธรรม (ไทพวน)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทพวน)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.66	0.83	มาก	3
ดอนชิงขู้ มีความงดงามทางธรรมชาติ	3.58	0.93	มาก	5
การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.53	1.02	มาก	7
บ้านเรือนไทพวน เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.60	1.03	มาก	4
ภาษาไทพวน เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก	3.50	1.04	มาก	8
หมอลำไทพวน เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์	3.56	1.08	มาก	6
ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.30	1.26	ปานกลาง	9
ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.70	1.29	มาก	2
ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.80	1.25	มาก	1
ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.66	0.83	มาก	3
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.58	0.77	มาก	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการ
เปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นฝีมือในการ
ทำจักสานเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 1.25) เป็นอันดับหนึ่ง
อันดับสอง คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D.
= 1.29) อันดับสาม คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$
= 3.66, S.D. = 0.83) และธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$
= 3.66, S.D. = 0.83) อันดับสี่ คือ บ้านเรือนไทพวนเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของ
ชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.03) อันดับห้า คือ ดอนชิงขู้มีความงดงามทาง
ธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.93) อันดับหก คือ หมอลำไทพวนเป็นการแสดงที่มี
คุณค่าต่อชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.08) อันดับเจ็ด คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่ง
บอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.02) อันดับแปด คือ ภาษา
ไทพวนเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$,
S.D. = 1.04) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับ
ปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.26)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทพวน จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความ
เดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านหน้าที่และการใช้สอยมากที่สุด ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.74)
รองลงมา คือ ด้านคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.77) และด้านรูปแบบ ($\bar{x} = 3.57$,
S.D. = 0.55) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทพวน)

4.2.2.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว
(ไทพวน)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.15	1.07	ปานกลาง	9
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.06	1.10	ปานกลาง	11
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.14	1.15	ปานกลาง	10
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.12	1.11	ปานกลาง	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.57	0.92	มาก	7

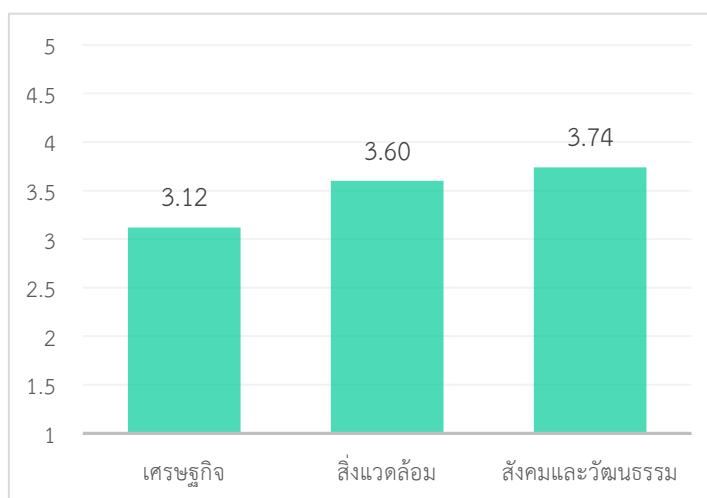
ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.64	0.93	มาก	5
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากร ทางธรรมชาติ	3.59	0.99	มาก	6
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.60	0.95	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของ ตนเอง	3.95	1.01	มาก	1
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้ คงอยู่ยาวนาน	3.78	0.95	มาก	4
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในชุมชน	3.79	0.98	มาก	3
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.55	0.97	มาก	8
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.55	0.97	มาก	8
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทาง วัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.82	1.06	มาก	2
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.74	0.99	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.55	0.74	มาก	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ชุมชนโดยเฉลี่ยมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 1.01) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 1.06) อันดับสาม คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.98) อันดับสี่ คือ ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.95) อันดับห้า คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.93) อันดับหก คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 0.99) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.92) อันดับแปด คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว และชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยว โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.97) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.15$, S.D. = 1.07) อันดับสิบ

คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 1.15) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = 1.10) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนไทพวนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อต้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.95) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 1.11) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทพวน)

4.2.3 ไทแสก

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไทแสกต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทแสก)

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทแสก)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	203	50.75
หญิง	197	49.25
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	44	11.00
21-30 ปี	98	24.50

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
31-40 ปี	125	31.25
41-50 ปี	85	21.25
50 ปีขึ้นไป	48	12.00
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	79	19.75
สมรส	126	31.75
หย่าร้าง	123	30.75
หม้าย	71	17.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	120	30.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	114	28.50
ปวส. หรืออนุปริญญา	79	19.75
ปริญญาตรี	83	20.75
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.00
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	92	23.00
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	143	35.75
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	87	21.75
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	78	19.50
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	16	4.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	5.75
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	44	11.00
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	98	24.50
เกษตรกร	109	27.25
หัตถกรรม	13	3.25
ค้าขาย	97	24.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 197 คิดเป็นร้อยละ 49.25 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 หย่าร้าง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 โสด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 หย่าร้าง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ค้าขาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 หัตถกรรม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

4.2.3.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทแสก)

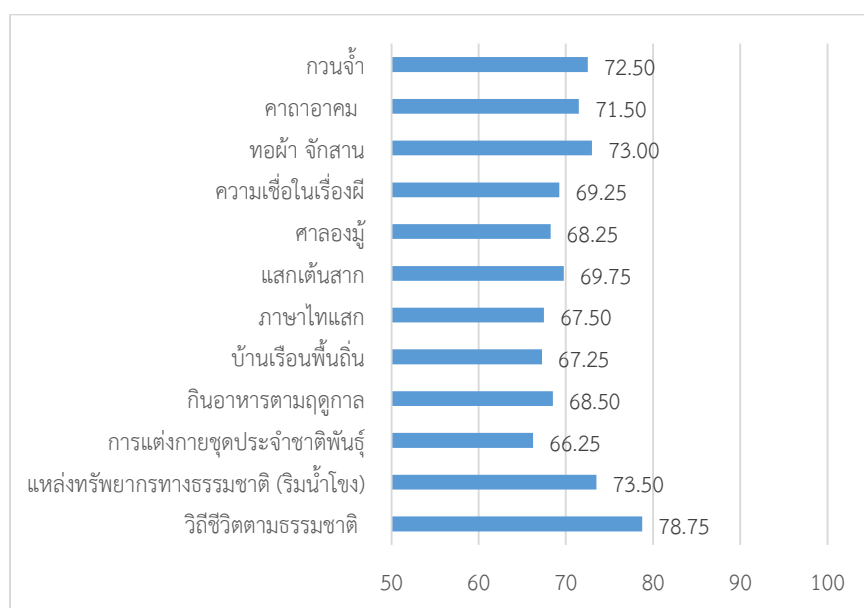
ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทแสก)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	315	78.75	85	21.25
2. แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ริมน้ำโขง)	294	73.50	106	26.50
3. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	265	66.25	135	33.75
4. กินอาหารตามฤดูกาล	274	68.50	126	31.50
5. บ้านเรือนพื้นถิ่น	269	67.25	131	32.75
6. ภาษาไทแสก	270	67.50	130	32.50
7. แสกเด่นสาก	279	69.75	121	30.25
8. ศาลองมู	273	68.25	127	31.75
9. ความเชื่อในเรื่องผี	277	69.25	123	30.75

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10. ทอผ้า จักสาน	292	73.00	108	27.00
11. คาถาอาคม	286	71.50	114	28.50
12. กวนจ๋า	290	72.50	110	27.50

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 315 คิดเป็นร้อยละ 78.75 อันดับสอง คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง) จำนวน 294 คิดเป็นร้อยละ 73.50 อันดับที่สาม คือ ทอผ้า จักสาน จำนวน 292 คิดเป็นร้อยละ 73.00 อันดับที่ยี่สี่ คือ กวนจ๋า จำนวน 290 คิดเป็นร้อยละ 72.50 อันดับที่ยี่ห้า คือ คาถาอาคม จำนวน 286 คิดเป็นร้อยละ 71.50 อันดับที่ยี่หก คือ แสกเต็นสาก จำนวน 279 คิดเป็นร้อยละ 69.75 อันดับที่ยี่เจ็ด คือ ความเชื่อในเรื่องผี จำนวน 277 คิดเป็นร้อยละ 69.25 อันดับที่ยี่แปด คือ กินอาหารตามฤดูกาล จำนวน 274 คิดเป็นร้อยละ 68.50 อันดับที่ยี่เก้า คือ ศาลอ้งมู้ จำนวน 273 คิดเป็นร้อยละ 68.25 อันดับที่ยี่สิบ คือ ภาษาไทแสก จำนวน 270 คิดเป็นร้อยละ 67.50 อันดับที่ยี่สิบเอ็ด คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 269 คิดเป็นร้อยละ 67.25 และอันดับสุดท้าย คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 265 คิดเป็นร้อยละ 66.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทแสก)

4.2.3.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และ การใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทแสด)

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทแสด)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.53	1.06	มาก	14
2. พื้นที่ตั้งของชุมชนติดกับริมแม่น้ำโขง	3.58	1.06	มาก	11
3. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.57	1.00	มาก	12
4. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.70	0.89	มาก	4
5. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.61	0.90	มาก	10
6. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทแสด เป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง	3.75	0.82	มาก	2
7. การสื่อสารด้วยภาษาไทแสดในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.71	0.92	มาก	3
8. แสดเต้นสาก จัดในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งตรงกับประเพณี "กินเตรท" หรือ "วันตรุษญวน"	3.67	0.92	มาก	6
9. ศาลอคมู่เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อบนบาน ขอพรเป็นที่พึงทางจิตใจ	3.78	0.86	มาก	1
10. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.66	0.92	มาก	7
11. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.69	0.86	มาก	5
12. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.64	0.89	มาก	9
13. ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม	3.55	0.86	มาก	13
14. กวนจำ เป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวกลางในการติดต่อกับอคมู่	3.65	0.92	มาก	8
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.66	0.43	มาก	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นศาลอคมู่เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึงทางจิตใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.86) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไทแสดเป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.84) อันดับสาม คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทแสดในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.92) อันดับสี่ คือ ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.89) อันดับห้า คือ ชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.86) อันดับหก คือ แสกเต็นสากจัดในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งตรงกับประเพณี "กินเตรท" หรือ "วันตรุษญวน" อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.92) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.92) อันดับแปด คือ กวนจำ เป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวกลางในการติดต่อกับองค์มูอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.92) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.89) อันดับสิบ คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.90) อันดับสิบเอ็ด คือ พื้นที่ตั้งของชุมชนติดกับริมแม่น้ำโขงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.06) อันดับสิบสอง คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.00) อันดับสิบสาม คือ ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.86) และอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.06)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทแสก)

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทแสก)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร	3.57	0.86	มาก	1
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.43	0.90	มาก	6
3. บ้านเรือนไทแสก มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.45	0.92	มาก	4
4. การสื่อสารด้วยภาษาไทแสกในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น	3.53	0.87	มาก	2
5. แสกเต็นสาก แสดงถึงความสามารถในด้านการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่สามารถหาพื้นที่ตั้งของชุมชนได้เหมาะสม	3.45	0.84	มาก	3
6. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำสิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.44	0.88	มาก	5
7. การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.30	0.90	ปานกลาง	9
8. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.34	0.89	ปานกลาง	8
9. คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย	3.35	0.90	ปานกลาง	7
10. กวนจำ เป็นร่างทรงในการติดต่อกับองค์มู	3.26	0.92	ปานกลาง	10
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.41	0.45	มาก	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.86) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทยสแกนในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.87) อันดับสาม คือ แสกเต้นสากแสดงถึงความสามารถในด้านการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่สามารถหาพื้นที่ตั้งของชุมชนได้เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.84) อันดับสี่ คือ บ้านเรือนไทแสกมีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.92) อันดับห้า คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผีจะต้องมีอันตรายเกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.88) อันดับหก คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 0.90) อันดับเจ็ด คือ คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.90) อันดับแปด คือ เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.89) อันดับเก้า คือ การทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.90) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ กวนจ้ำเป็นร่างทรงในการติดต่อกับองค์มูอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.92)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทแสก)

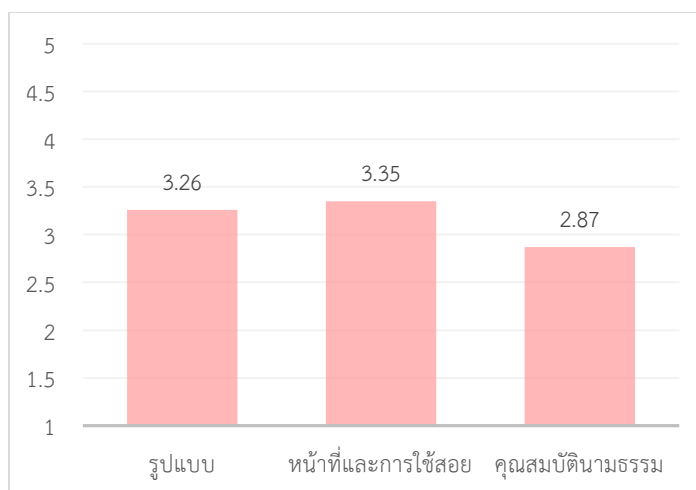
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทแสก)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.32	0.98	ปานกลาง	7
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.13	0.98	ปานกลาง	11
3. บ้านเรือนไทแสก เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.36	0.94	ปานกลาง	5
4. ภาษาไทแสก เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน	3.31	0.94	ปานกลาง	8
5. แสกเต้นสาก เป็นการแสดงที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์ชาติพันธุ์	3.29	1.03	ปานกลาง	9
6. องค์มู เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ชุมชนให้ความเคารพนับถืออย่างแรงกล้า	3.08	0.96	ปานกลาง	10
7. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.49	0.91	มาก	2
8. ฝีมือการทอผ้า เป็นภูมิปัญญาของชนชาติพันธุ์	3.41	0.90	มาก	3
9. ฝีมือการทำจักสาน เป็นภูมิปัญญาของชนชาติพันธุ์	3.37	0.92	ปานกลาง	4
10. คาถาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน	3.35	0.91	ปานกลาง	6
11. กวนจ้ำ เป็นผู้นำทางพิธีกรรมของชุมชน	3.55	0.92	มาก	1
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.33	0.44	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$,

S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นกวนจ้ำเป็นผู้นำทางพิธีกรรมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.92) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.91) อันดับสาม คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นภูมิปัญญาของชนชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.90) อันดับสี่ คือ ฝีมือการทำจักสานเป็นภูมิปัญญาของชนชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.92) อันดับห้า คือ บ้านเรือนไทแสกเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.94) อันดับหก คือ คาถาอาคมบ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.91) อันดับเจ็ด คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.98) อันดับแปด คือ ภาษาไทแสกเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.94) อันดับเก้า คือ แสกเต้นสากเป็นการแสดงที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 1.03) อันดับสิบ คือ องค์กรเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ชุมชนให้ความเคารพนับถืออย่างแรงกล้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 0.96) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.98)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทแสก จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านรูปแบบมากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.43) รองลงมา คือ ด้านหน้าที่และการใช้สอย ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.45) และด้านคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.44) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทแสก)

4.2.3.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทแสก)

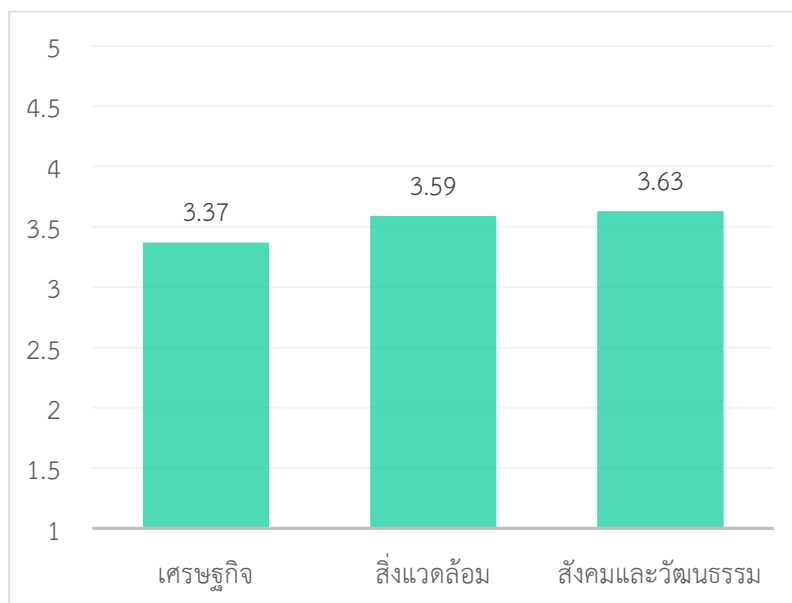
ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทแสง)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.45	0.92	มาก	9
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.39	0.91	ปานกลาง	11
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.39	0.85	ปานกลาง	10
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.41	0.89	มาก	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.51	0.87	มาก	8
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.70	0.86	มาก	3
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.64	0.90	มาก	6
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.62	0.88	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.64	1.01	มาก	7
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.69	0.96	มาก	5
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.70	0.94	มาก	4
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.73	0.90	มาก	2
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.64	1.01	มาก	7
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.82	0.99	มาก	1
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.70	0.97	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.63	0.41	มาก	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ชุมชนโดยเฉลี่ยมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.99) เป็นอันดับหนึ่งอันดับสอง คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.90) อันดับสาม คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.86) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.94) อันดับห้า คือ ชุมชนได้อนุรักษ์

วัฒนธรรมและประเพณีของชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.96) อันดับหก คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.90) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง และชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.01) อันดับแปด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.87) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.92) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.85) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.19 , 4.20 และ 4.21

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนไทแสกมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.97) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.88) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทแสก)

4.2.4 ไทกะเลิง

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไทกะเลิงต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทกะเลิง)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	181	45.25
หญิง	219	54.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	27	6.75
21-30 ปี	66	16.50
31-40 ปี	169	42.25
41-50 ปี	69	17.25
50 ปีขึ้นไป	69	17.25
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	45	11.25
สมรส	174	43.50
หย่าร้าง	113	28.25
หม้าย	68	17.00
รวม		
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	127	31.75
มัธยมศึกษา / ปวช.	151	37.75
ปวส. หรืออนุปริญญา	62	15.50
ปริญญาตรี	59	14.75
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	92	23.00
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	143	35.75
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	87	21.75
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	78	19.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	21	5.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.75
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	63	15.75
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	104	26.00
เกษตรกรรวม	108	27.00
หัตถกรรม	17	4.25
ค้าขาย	68	17.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 45.25 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 อายุ 41-50 ปีและ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมา คือ หย่าร้าง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 หม้าย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และโสด จำนวน 45 คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา คือ ประถมศึกษา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และมีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

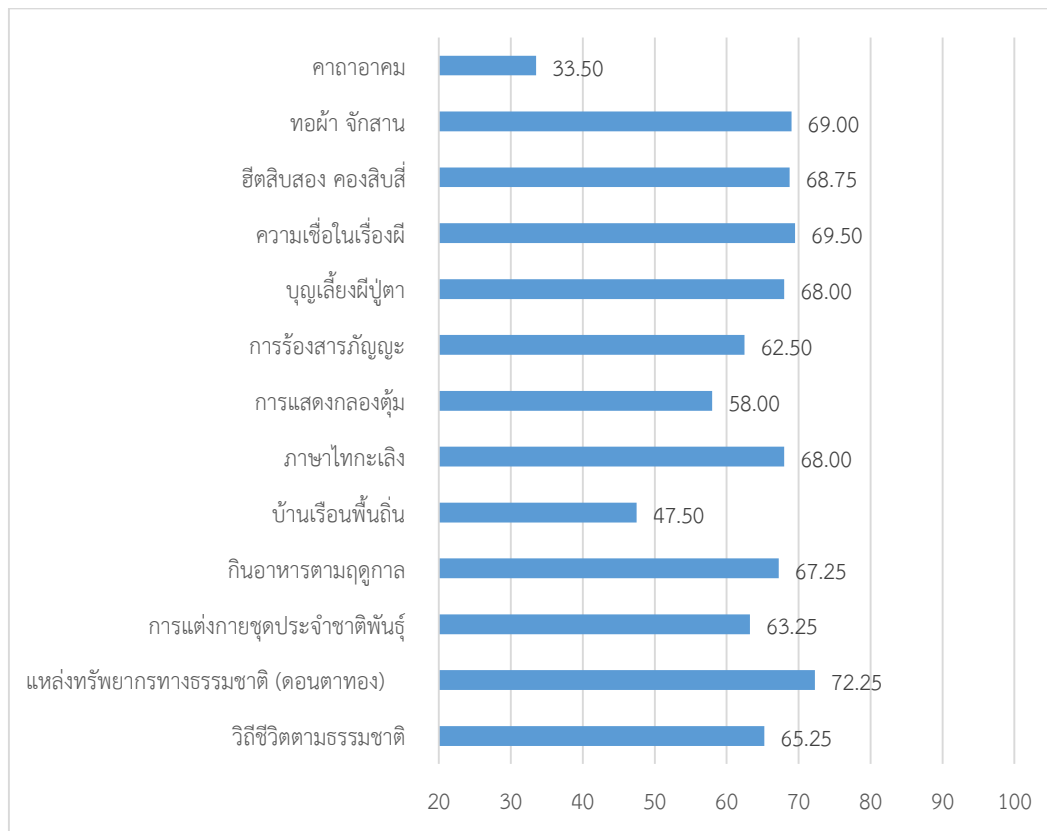
อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ค้าขาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และหัตถกรรม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

4.2.4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	261	65.25	139	34.75
2. แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง)	289	72.25	111	27.75
3. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	253	63.25	147	36.75
4. กินอาหารตามฤดูกาล	269	67.25	131	32.75
5. บ้านเรือนพื้นถิ่น	230	47.50	170	42.50
6. ภาษาไทกะเลิง	272	68.00	128	32.00
7. การแสดงกลองต๋ม	232	58.00	168	42.00
8. การร้องสาร์ภัญญะ	250	62.50	150	37.50
9. บุญเลี้ยงผีปู้ตา	272	68.00	128	32.00
10. ความเชื่อในเรื่องผี	278	69.50	122	30.50
11. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	275	68.75	125	31.25
12. ทอผ้า จักสาน	276	69.00	124	31.00
13. คาถาอาคม	266	33.50	134	66.50

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง) จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 อันดับสอง คือ ความเชื่อในเรื่องผี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 อันดับสาม คือ ทอผ้า จักสาน จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 อันดับสี่ คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 อันดับห้า คือ ภาษาไทกะเลิงและบุญเลี้ยงผีปู้ตา จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 อันดับหก คือ กินอาหารตามฤดูกาล จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 อันดับเจ็ด คือ คาถาอาคม จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 อันดับแปด คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 อันดับเก้า คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 อันดับสิบ คือ การร้องสาร์ภัญญะ จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 อันดับสิบเอ็ด คือ การแสดงกลองต๋ม จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 และอันดับสุดท้าย คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

4.2.4.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และ การใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทกะเลิง)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.37	1.28	ปานกลาง	6
2. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.49	1.09	มาก	3
3. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.65	0.97	มาก	1

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
4. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.59	0.89	มาก	2
5. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิง	3.36	0.91	ปานกลาง	7
6. การสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.38	0.90	ปานกลาง	5
7. การแสดงของไทกะเลิง เช่น การตีกลองต๋ม	3.35	0.91	ปานกลาง	8
8. ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี	3.23	0.91	ปานกลาง	11
9. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.31	0.97	ปานกลาง	9
10. ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่	3.17	0.95	ปานกลาง	13
11. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.39	0.90	ปานกลาง	4
12. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.18	0.91	ปานกลาง	12
13. ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม	3.25	0.87	ปานกลาง	10
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.36	0.31	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนแต่ละชุดของชาติพันธุ์ในวังงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.97) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 1.89) อันดับสาม คือ ชุมชนแต่ละชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 1.09) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.90) อันดับห้า คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.90) อันดับหก คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.28) อันดับเจ็ด คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิงอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.91) อันดับแปด คือ การแสดงของไทกะเลิง เช่น การตีกลองต๋มอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.91) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.97) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.82) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.91) อันดับสิบสอง คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 0.91) และอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.95)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทกะเลิง)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.44	0.91	มาก	2
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.24	0.88	ปานกลาง	10
3. บ้านเรือนไทกะเลิง มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.43	0.93	มาก	3
4. การสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.45	0.87	มาก	1
5. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิง	3.34	0.88	ปานกลาง	5
6. การตีกลองต๋ม เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน	3.37	0.89	ปานกลาง	4
7. งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงถึงความเคารพ	3.23	0.96	ปานกลาง	11
8. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.26	0.95	ปานกลาง	9
9. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.27	0.89	ปานกลาง	8
10. การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.32	1.03	ปานกลาง	6
11. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.20	0.99	ปานกลาง	12
12. ศาลาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย	3.28	0.98	ปานกลาง	7
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.32	0.38	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นการสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.87) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.91) อันดับสาม คือ บ้านเรือนไทกะเลิงมีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 0.93) อันดับสี่ คือ การตีกลองต๋มเป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานโดยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.89) อันดับห้า คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิงอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.88) อันดับหก คือ การทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 1.03) อันดับเจ็ด คือ ศาลาอาคมเพื่อป้องกันอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.98) อันดับแปด คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 0.89) อันดับเก้า คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผีจะต้องมียันตรายเกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.95) อันดับสิบ คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.24$, S.D. = 0.88) อันดับสิบเอ็ด คือ งานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเพื่อแสดงถึงความเคารพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.23$,

S.D. = 0.96) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.99)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัติ นามธรรม (ไทกะเลิง)

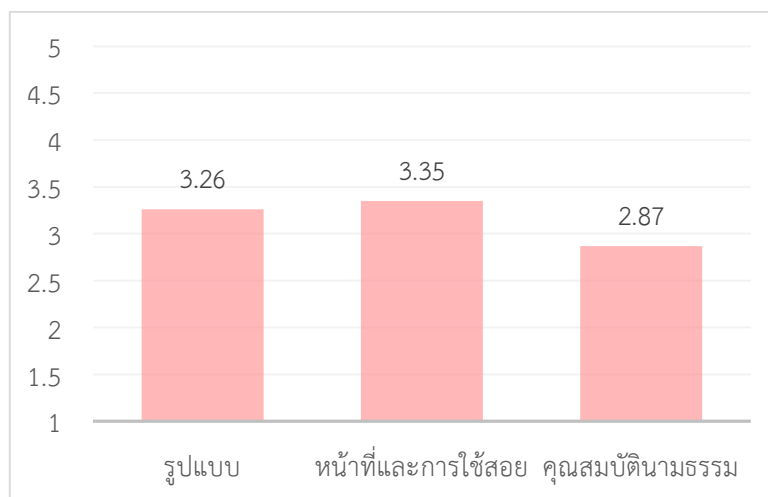
ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทกะเลิง)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.30	0.96	ปานกลาง	7
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.14	0.97	ปานกลาง	10
3. บ้านเรือนไทกะเลิง เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.40	0.95	ปานกลาง	3
4. ภาษาไทกะเลิง แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก	3.34	1.00	ปานกลาง	6
5. กลองตุ้ม เป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับชุมชน	3.22	1.03	ปานกลาง	9
6. เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ	3.14	0.98	ปานกลาง	11
7. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.48	0.95	มาก	1
8. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เป็นการสืบทอดตามบรรพบุรุษ	3.47	0.90	มาก	2
9. ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.37	0.96	ปานกลาง	4
10. ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.23	1.04	ปานกลาง	8
11. ศาลาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน	3.35	1.01	ปานกลาง	5
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.31	0.42	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นในความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.95) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่เป็นการสืบทอดตามบรรพบุรุษอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.90) อันดับสาม คือ บ้านเรือนไทกะเลิงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.95) อันดับสี่ คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.96) อันดับห้า คือ ศาลาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.01) อันดับหก คือ ภาษาไทกะเลิงเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.00) อันดับเจ็ด คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.96) อันดับแปด คือ ฝีมือในการทำจักสานเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.04) อันดับเก้า คือ กลองตุ้มเป็นกิจกรรมที่สร้าง

ความสนุกสนานให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 1.03) อันดับสิบ คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.97) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เลี้ยงผีปู่ตาเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ต้องปฏิบัติเป็นประจำอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.98)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทกะเลิง จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านรูปแบบมากที่สุด ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.31) รองลงมา คือ ด้านหน้าที่และการใช้สอย ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.38) และด้านคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 0.42) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)

4.2.4.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.23	1.02	ปานกลาง	12
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.38	1.03	ปานกลาง	11

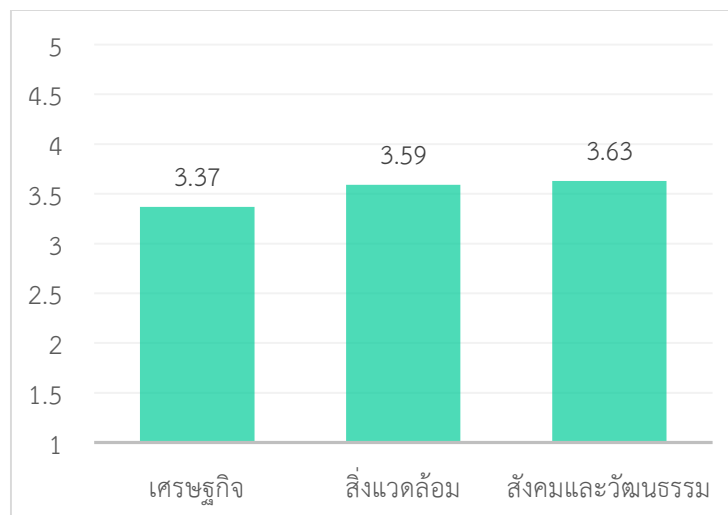
ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.41	0.92	มาก	10
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.34	0.92	ปานกลาง	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.48	0.85	มาก	9
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.72	0.84	มาก	5
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.66	0.8	มาก	7
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.62	0.83	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.84	0.84	มาก	1
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.65	0.98	มาก	8
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.74	0.93	มาก	4
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.74	0.92	มาก	3
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.72	0.89	มาก	6
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.79	0.89	มาก	2
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.75	0.91	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.61	0.41	มาก	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.84) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.89) อันดับสาม คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.92) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.93) อันดับห้า คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.84) อันดับหก คือ ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.89) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก

($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.87) อันดับแปด คือ ชุมชนได้อุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.98) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.85) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.92) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 1.03) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.02)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยวจะเห็นว่า ชุมชนไทกะเลิงมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อต้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.83) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

4.2.5 ไทข่า

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไทข่าต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไท่ซ่า)

ตารางที่ 4.33 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไท่ซ่า)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	192	48.00
หญิง	208	52.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	69	17.25
21-30 ปี	132	33.00
31-40 ปี	90	22.50
41-50 ปี	86	21.50
50 ปีขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	121	30.25
สมรส	170	42.50
หย่าร้าง	70	17.50
หม้าย	39	9.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	85	21.25
มัธยมศึกษา / ปวช.	156	39.00
ปวส. หรืออนุปริญญา	84	21.00
ปริญญาตรี	66	16.50
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.25
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	83	20.75
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	160	40.00
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	98	24.50
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	56	14.00
20,001 บาทขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	8	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.00

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	80	20.00
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	154	38.50
เกษตรกรกรรม	85	21.25
หัตถกรรม	25	6.25
ค้าขาย	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 192 คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 อายุ 31-40 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 โสด จำนวน 121 คิดเป็นร้อยละ 30.25 หย่าร้าง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 หม้าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ประถมศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

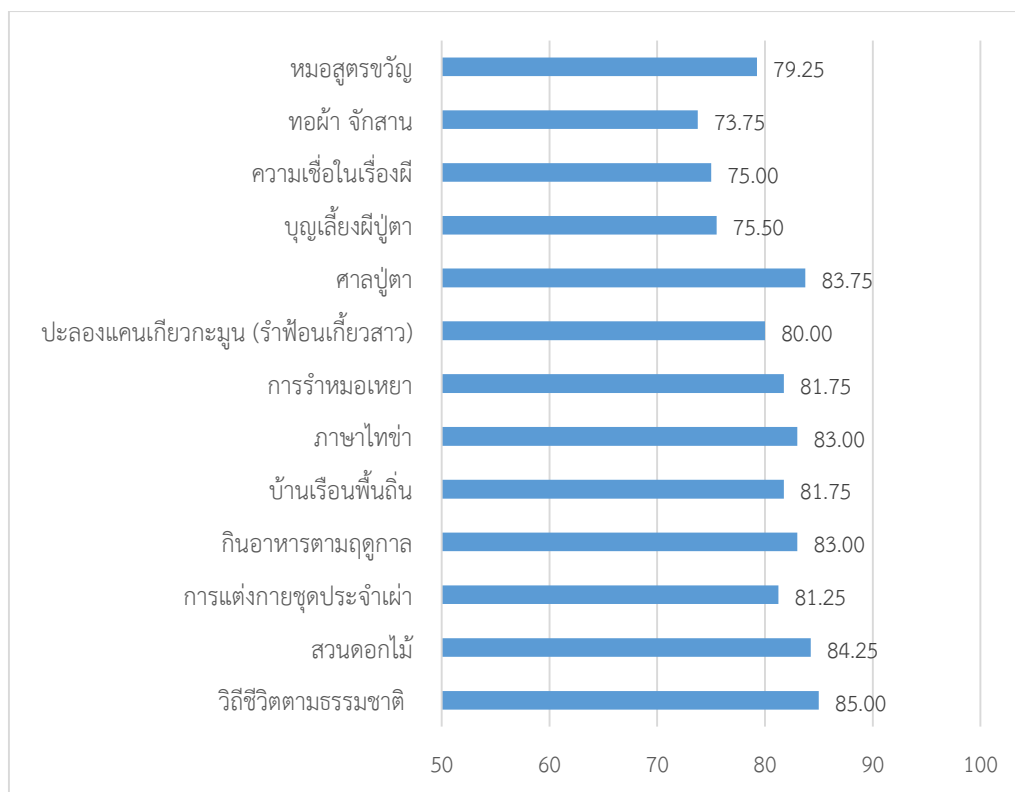
อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 เกษตรกรรม จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 หัตถกรรม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจและค้าขาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

4.2.5.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอ
เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	340	85.00	60	15.00
2. สวนดอกไม้	337	84.25	63	15.75
3. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	325	81.25	75	18.75
4. กินอาหารตามฤดูกาล	332	83.00	68	17.00
5. บ้านเรือนพื้นถิ่น	327	81.75	73	18.25
6. ภาษาไท่ซ่า	332	83.00	68	17.00
7. การรำหมอละโย	327	81.75	73	18.25
8. ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน)	320	80.00	80	20.00
9. ศาลปู่ตา	335	83.75	65	16.25
10. บุญเลี้ยงผีปู่ตา	302	75.50	98	24.50
11. ความเชื่อในเรื่องผี	300	75.00	100	25.00
12. ทอผ้า จักสาน	295	73.75	105	26.25
13. หมอสูตรขวัญ	317	79.25	83	20.75

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 340 คิดเป็นร้อยละ 85.00 อันดับสอง คือ สวนดอกไม้ จำนวน 337 คิดเป็นร้อยละ 84.25 อันดับสาม คือ ศาลปู่ตา จำนวน 335 คิดเป็นร้อยละ 83.75 อันดับสี่ คือ ภาษาไท่ซ่าและกินอาหารตามฤดูกาล จำนวน 332 คิดเป็นร้อยละ 82.00 อันดับห้า คือ บ้านเรือนพื้นถิ่นและการรำหมอละโย จำนวน 327 คิดเป็นร้อยละ 81.75 อันดับหก คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 325 คิดเป็นร้อยละ 81.25 อันดับเจ็ด คือ ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน) จำนวน 320 คิดเป็นร้อยละ 80.00 อันดับแปด คือ หมอสูตรขวัญ จำนวน 317 คิดเป็นร้อยละ 79.25 อันดับเก้า คือ บุญเลี้ยงผีปู่ตา จำนวน 302 คิดเป็นร้อยละ 75.50 อันดับสิบ คือ ความเชื่อในเรื่องผี จำนวน 300 คิดเป็นร้อยละ 75.00 และอันดับสุดท้าย คือ ทอผ้า จักสาน จำนวน 295 คิดเป็นร้อยละ 73.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.13 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทข่า)

4.2.5.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทข่า)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน รูปแบบ (ไทข่า)

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ อัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทข่า)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.74	0.90	มาก	3
2. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.61	0.97	มาก	14
3. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.67	0.90	มาก	8
4. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.66	0.90	มาก	9

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
5. ลักษณะเฉพาะของเรือนไท่ซ่า	3.66	0.91	มาก	11
6. การสื่อสารด้วยภาษาไท่ซ่าในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.69	0.84	มาก	7
7. ปะลองแคนเกียวกะมุน (รำฟ้อนเกียวกะมุน) เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไท่ซ่า	3.72	0.91	มาก	5
8. การรำหมอละเหยา เป็นการร่ายรำประกอบการทำพิธีเหยา	3.61	0.91	มาก	13
9. ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี	3.66	0.90	มาก	10
10. ศาลปู่ตา เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อ บนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ	3.76	0.91	มาก	1
11. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.70	0.92	มาก	6
12. ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮิตสิบสอง คองสิบสี่	3.74	0.80	มาก	2
13. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.63	0.81	มาก	12
14. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.72	0.87	มาก	4
15. ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม	3.36	0.92	ปานกลาง	15
16. หมอสูตรขวัญ เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์	3.34	1.17	ปานกลาง	16
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.64	0.40	มาก	

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นศาลปู่ตาเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้เพื่อบนบานขอพรเป็นที่พึ่งทางจิตใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.91) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮิตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.80) อันดับสาม คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.90) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.87) อันดับห้า คือ ปะลองแคนเกียวกะมุน (รำฟ้อนเกียวกะมุน) เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไท่ซ่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.91) อันดับหก คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.92) อันดับเจ็ด คือ การสื่อสารด้วยภาษาไท่ซ่าในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.84) อันดับแปด คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในงานประเพณีท้องถิ่นโดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.90) อันดับเก้า คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.89) อันดับสิบ คือ ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปีอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.90) อันดับสิบเอ็ด คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไท่ซ่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.91) อันดับสิบสอง คือ ชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.81) อันดับสิบสาม คือ การรำหมอละเหยาเป็นการร่ายรำประกอบการทำพิธีเหยาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.91) อันดับสิบสี่ คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.96) อันดับสิบห้า คือ

ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.92) และอันดับสุดท้าย คือ หมอสูตรขวัญเป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.67) ตามลำดับ

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทข่า)

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไทข่า)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.62	0.90	มาก	1
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.51	0.88	มาก	3
3. บ้านเรือนไทข่า มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.45	0.92	มาก	8
4. การสื่อสารด้วยภาษาไทข่ากับกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.48	0.89	มาก	4
5. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทข่า เป็นเรือนยกสูง ได้ถุนเป็นพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ	3.53	0.90	มาก	2
6. การตีกลองตุ้ม เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน	3.46	0.84	มาก	7
7. งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงถึงความเคารพ	3.47	1.07	มาก	6
8. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.40	0.93	ปานกลาง	9
9. ยีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.38	0.88	ปานกลาง	12
10. ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) เป็นกิจกรรมที่สนุกสนานสำหรับหนุ่มสาว	3.32	0.96	ปานกลาง	14
11. พิธีเหยา รักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชน และมีการร่ายรำประกอบ	3.47	1.04	มาก	5
12. การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.40	0.97	ปานกลาง	10
13. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.29	0.95	ปานกลาง	15
14. คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย	3.32	0.94	ปานกลาง	13
15. หมอสูตรขวัญ รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุก	3.39	1.03	ปานกลาง	11
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.43	0.42	มาก	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.90)

เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไท่ชาเป็นเรือนยกสูงใต้ถุนเป็นพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.90) อันดับสาม คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.88) อันดับสี่ คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทยเข้ากับกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.89) อันดับห้า คือ พิธีเหยา รักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชน และมีการร่ายรำประกอบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.04) อันดับหก คือ งานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเพื่อแสดงถึงความเคารพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.07) อันดับเจ็ด คือ การตักลงต้อมเป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.84) อันดับแปด คือ บ้านเรือนไท่ชามีใต้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.92) อันดับเก้า คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผีจะต้องมีอันตรายเกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.93) อันดับสิบ คือ การทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.97) อันดับสิบเอ็ด คือ หมอสูตรขวัญรักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถา เช่น การเป่า การจอดกระดูกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.03) อันดับสิบสอง คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.88) อันดับสิบสาม คือ คาถาอาคมเพื่อป้องกันอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.94) อันดับสิบสี่ คือ ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) เป็นกิจกรรมที่สนุกสนานสำหรับหนุ่มสาวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.96) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เครื่องจักสานเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.95)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน คุณสมบัตินามธรรม (ไท่ชา)

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไท่ชา)

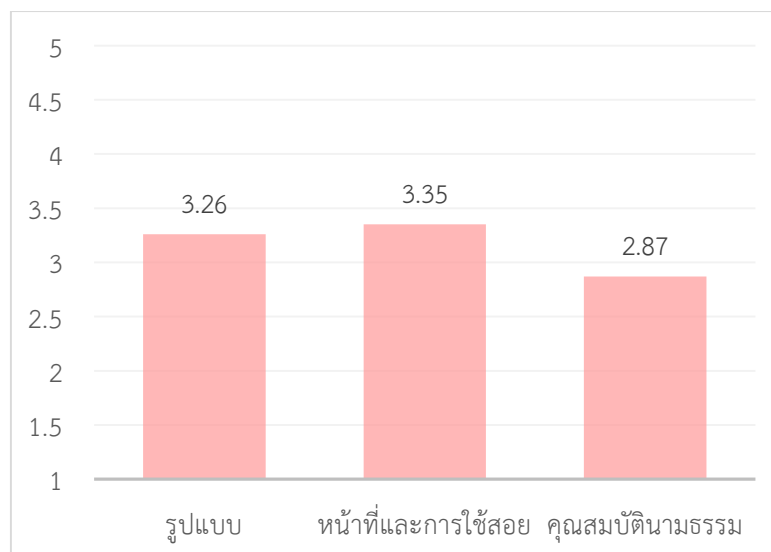
ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.31	0.998	ปานกลาง	8
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.21	0.976	ปานกลาง	11
3. บ้านเรือนไท่ชา เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.41	0.967	มาก	4
4. ภาษาไท่ชา เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน	3.37	0.969	ปานกลาง	6
5. ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) เป็นการแสดงที่มี คุณค่าต่อชาติพันธุ์	3.37	1.068	ปานกลาง	7
6. พิธีเหยาและการรำหมอเหยา เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของ ชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษา	3.00	1.03	ปานกลาง	12
7. เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ	3.45	0.91	มาก	3

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
8. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.59	0.89	มาก	1
9. ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.38	0.93	ปานกลาง	5
10. ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.29	0.95	ปานกลาง	9
11. คาถาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน	3.56	0.94	มาก	2
12. หมอสูตรขวัญ เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถาตามความเชื่อของชุมชน	3.28	0.95	ปานกลาง	10
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.35	0.43	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นในความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 0.89) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ คาถาอาคมบ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.94) อันดับสาม คือ เลี้ยงผีปู่ตาเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ต้องปฏิบัติเป็นประจำอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.91) อันดับสี่ คือ บ้านเรือนไท่ข่าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.97) อันดับห้า คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.93) อันดับหก คือ ภาษาไท่ข่า เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.97) อันดับเจ็ด คือ ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 1.07) อันดับแปด คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 1.00) อันดับเก้า คือ ฝีมือในการทำจักสานเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.947) อันดับสิบ คือ หมอสูตรขวัญเป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.953) อันดับสิบเอ็ด คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$, S.D. = 0.976) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ พิธีเหย้าและการรำหมอเหย้าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.00$, S.D. = 1.028)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไท่ข่า จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านรูปแบบมากที่สุด ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.40) รองลงมา คือ ด้านหน้าที่และการใช้สอย ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 0.42) และคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทข่าว)

4.2.5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทข่าว)

ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทข่าว)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.54	0.99	มาก	10
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.47	0.99	มาก	12
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.51	0.91	มาก	11
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.51	0.96	มาก	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.72	0.87	มาก	8
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.74	0.84	มาก	7
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.81	0.89	มาก	3
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.76	0.87	มาก	

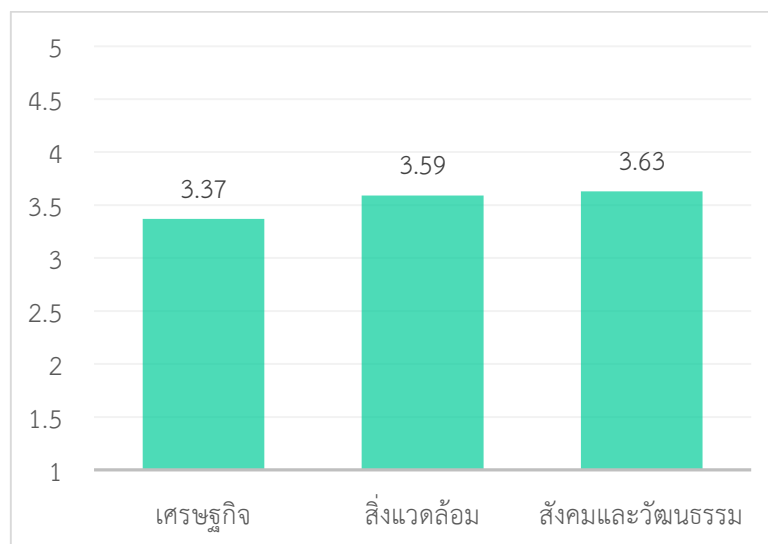
ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.84	0.888	มาก	2
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.76	0.99	มาก	6
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.72	0.97	มาก	9
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.76	0.90	มาก	5
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.76	0.85	มาก	4
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.90	0.85	มาก	1
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.79	0.91	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.66	0.48	มาก	

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.85) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.89) อันดับสาม คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.89) อันดับสี่ คือ ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.85) อันดับห้า คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.90) อันดับหก คือ ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.99) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.84) อันดับแปด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.87) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.97) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.99) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.91) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 0.993) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยวจะเห็นว่า ชุมชนไทย่ามีความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{x} = 3.79$,

S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.87) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.15



ภาพที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไผ่ข่า)

4.2.6 ไผ่ข่า

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไผ่ข่าต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไผ่ข่า)

ตารางที่ 4.39 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไผ่ข่า)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	190	47.50
หญิง	210	52.50
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	52	13.00
21-30 ปี	113	28.30
31-40 ปี	84	21.00
41-50 ปี	82	20.50
50 ปีขึ้นไป	69	17.30
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	109	27.30
สมรส	199	49.80
หย่าร้าง	55	13.80
หม้าย	37	9.30
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	107	26.80
มัธยมศึกษา / ปวช.	151	37.80
ปวส. หรืออนุปริญญา	69	17.30
ปริญญาตรี	64	16.00
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.30
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	103	25.80
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	149	37.30
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	96	24.00
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	44	11.00
20,001 บาทขึ้นไป	8	2.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	17	4.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.50
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	50	12.50
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	120	30.00
เกษตรกร	101	25.30
หัตถกรรม	16	4.00
ค้าขาย	58	15.50
อื่นๆ	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.39 พบว่า เพศของชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 190 คิดเป็นร้อยละ 47.50 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 อายุ 31-40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อายุ 41-50 จำนวน 82 คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุ

50 ปีขึ้นไป จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 โสด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 หย่าร้าง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 หม้าย จำนวน 37 คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 ประถมศึกษา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ระดับปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 เกษตรกรรม จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 ค้าขาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 หัตถกรรม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

4.2.6.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)

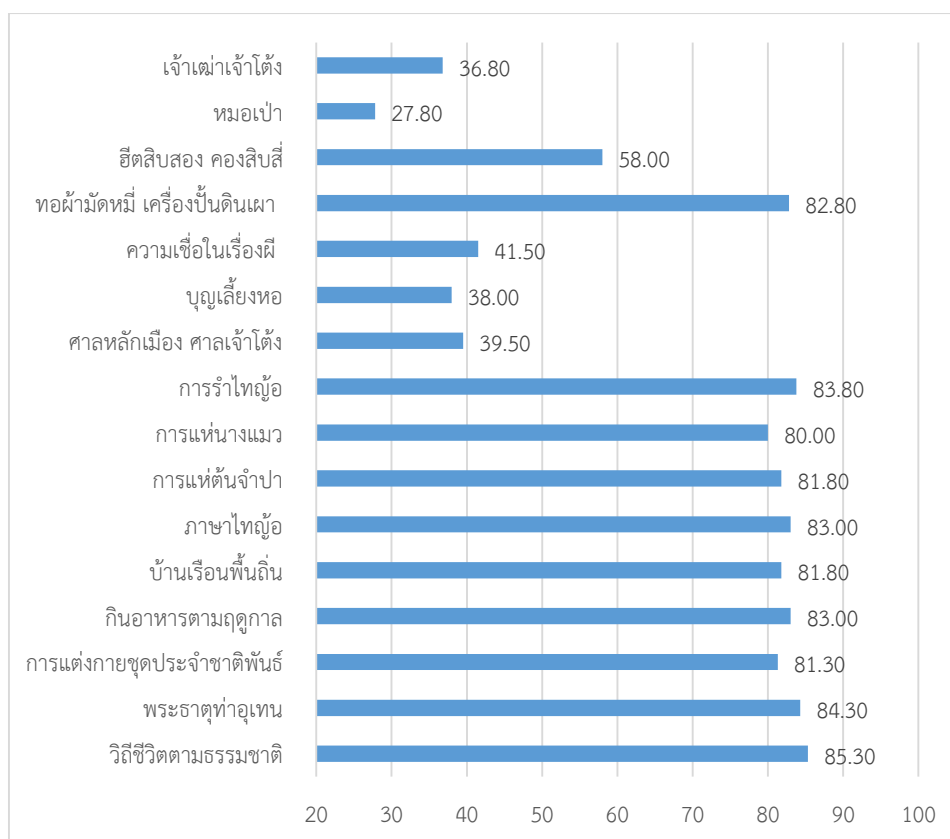
ตารางที่ 4.40 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	341	85.30	59	14.80
2. พระธาตุท่าอุเทน	337	84.30	63	15.80
3. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	325	81.30	75	18.80
4. กินอาหารตามฤดูกาล	332	83.00	68	17.00
5. บ้านเรือนพื้นถิ่น	327	81.80	73	18.30
6. ภาษาไทญ้อ	332	83.00	68	17.00
7. การแห่ต้นจำปา	327	81.80	73	18.30

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. การแต่งกาย	320	80.00	80	20.00
9. การรำไท้เก๊ก	335	83.80	65	16.30
10. ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้	158	39.50	242	60.50
11. บุญเลี้ยงหอ	152	38.00	248	62.00
12. ความเชื่อในเรื่องผี	166	41.50	234	58.50
13. ทอผ้ามัดหมี่ เครื่องปั้นดินเผา	331	82.80	69	17.30
14. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	232	58.00	168	42.00
15. หมอเป่า	111	27.80	289	72.30
16. เจ้าแม่ เจ้าไต้	147	36.80	253	63.30

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไท้เก๊กที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.30 อันดับสอง คือ พระธาตุท่าอุเทน จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.30 อันดับที่สาม คือ การรำ จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 อันดับี่สี่ คือ กินอาหารตามฤดูกาล และภาษาไท้เก๊ก จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 อันดับี่ห้า คือ ทอผ้ามัดหมี่ เครื่องปั้นดินเผา จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 อันดับี่หก คือ บ้านเรือนพื้นถิ่นและการแห่ต้นจำปา จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80 อันดับี่เจ็ด คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 อันดับี่แปด คือ การแต่งกาย จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 อันดับี่เก้า คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 อันดับี่สิบ คือ ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 อันดับี่สิบเอ็ด คือ บุญเลี้ยงหอ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 อันดับี่สิบสอง คือ ความเชื่อในเรื่องผี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 อันดับี่สิบสาม คือ เจ้าแม่ เจ้าไต้ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และอันดับสุดท้าย คือ หมอเป่า จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

4.2.6.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วยด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และ การใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทญ้อ)

ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ อัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทญ้อ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.39	0.91	ปานกลาง	6
2. พระธาตุท่าอุเทน เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์	3.10	1.04	ปานกลาง	12
3. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.17	0.95	ปานกลาง	9
4. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.41	0.95	มาก	5
5. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.49	0.97	มาก	2
6. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทญ้อ เป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง	3.42	0.85	มาก	3

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
7. การสื่อสารด้วยภาษาไทยในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.14	0.94	ปานกลาง	11
8. การแห่ต้นจำปา ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ไปทั่วในชุมชน	3.34	0.91	ปานกลาง	7
9. การแห่นางแมว มีการอันเชิญองค์พระบางมาแห่ร่วมด้วย	3.29	0.98	ปานกลาง	8
10. การรำไท้ฮื้อเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	2.89	1.04	ปานกลาง	15
11. ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงหอยเป็นประจำทุกปี	2.97	1.06	ปานกลาง	14
12. ศาลหลักเมืองและศาลเจ้าโต่ง เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ	3.16	0.95	ปานกลาง	10
13. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.42	0.87	มาก	4
14. ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่	3.52	0.91	มาก	1
15. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.42	0.87	มาก	4
16. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.04	0.85	ปานกลาง	13
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.26	0.41	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.91) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.97) อันดับสาม คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไท้ฮื้อเป็นเรือนไม้ใต้ถุนสูงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.85) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีและชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.87) อันดับห้า คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.95) อันดับหก คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.91) อันดับเจ็ด คือ การแห่ต้นจำปาในช่วงเทศกาลสงกรานต์ไปทั่วในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.91) อันดับแปด คือ การแห่นางแมวมีการอันเชิญองค์พระบางมาแห่และมีผีนางแมวร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.98) อันดับเก้า คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.95) อันดับสิบ คือ ศาลหลักเมืองและศาลเจ้าโต่งเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.95) อันดับสิบเอ็ด คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทยในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.94) อันดับสิบสอง คือ พระธาตุท่าอุเทนเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 1.04) อันดับสิบสาม คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.85) อันดับสิบสี่ คือ ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงหอยเป็นประจำทุกปีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 1.06) และอันดับสุดท้าย คือ การรำไท้ฮื้อเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชนชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$, S.D. = 1.04)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และ การใช้สอย (ไถ่)

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไถ่)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.50	0.89	มาก	3
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.32	0.92	ปานกลาง	6
3. บ้านเรือนไถ่ มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.96	0.90	มาก	1
4. การสื่อสารด้วยภาษาไถ่ ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น	2.93	1.07	ปานกลาง	13
5. การแห่ต้นจำปา เพื่อบูชาพระพุทธรูปศาสนา	3.30	0.94	ปานกลาง	7
6. การแห่นางแมว เพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาล	3.26	0.87	ปานกลาง	10
7. การรำไถ่ เพื่อบูชาพระธาตุท่าอุเทน	3.16	1.15	ปานกลาง	12
8. งานบุญเลี้ยงห่อ เพื่อแสดงถึงความเคารพต่อบรรพบุรุษ เจ้าที่เจ้าทาง เทวดาอารักษ์ในพื้นที่ชุมชน	3.22	1.01	ปานกลาง	11
9. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.28	0.99	ปานกลาง	9
10. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.28	0.99	ปานกลาง	8
11. การทอดผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.44	1.04	มาก	4
12. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.34	1.01	ปานกลาง	5
13. หมอเป่า รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอดกระดูก	3.57	0.89	มาก	2
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.35	0.38	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นบ้านเรือนไถ่ มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.6$, S.D. = 0.90) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ หมอเป่ารักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถา เช่น การเป่า การจอดกระดูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.89) อันดับสาม คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.89) อันดับสี่ คือ การทอดผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 1.04) อันดับห้า คือ เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 1.01) อันดับหก คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.92) อันดับเจ็ด คือ การแห่ต้นจำปาเพื่อบูชาพระพุทธรูปศาสนาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.94) อันดับแปด คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่

เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.99) อันดับเก้า คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผีจะต้องมีอันตรายเกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.99) อันดับสิบ คือ การแห่นางแมวเพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.87) อันดับสิบเอ็ด คือ งานบุญเลี้ยงห่อเพื่อแสดงถึงความเคารพต่อบรรพบุรุษ เจ้าที่เจ้าทาง เทวดาอารักษ์ในพื้นที่ชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 1.01) อันดับสิบสอง คือ การรำไท้ญ่เพื่อบูชาพระธาตุทำอุเทนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 1.15) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การสื่อสารด้วยภาษาไท้ญ่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.93$, S.D. = 1.07)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไท้ญ่)

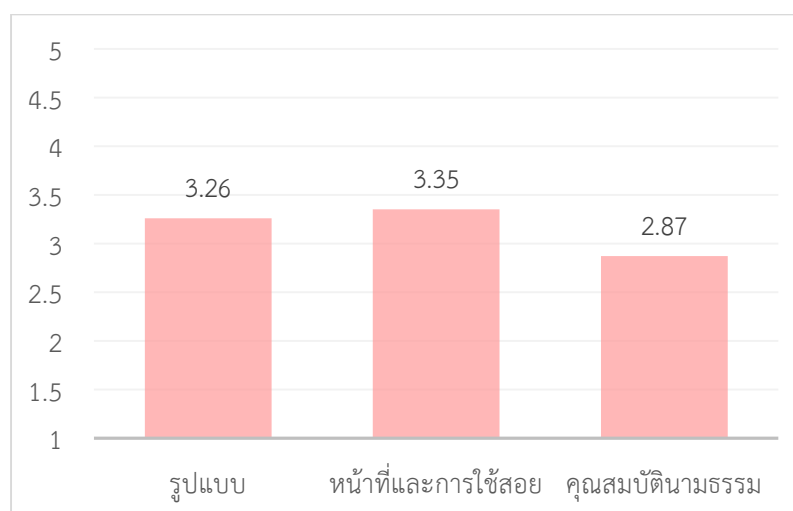
ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไท้ญ่)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	2.98	1.16	ปานกลาง	4
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	2.80	1.05	ปานกลาง	9
3. บ้านเรือนไท้ญ่ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	2.96	0.97	ปานกลาง	5
4. ภาษาไท้ญ่ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน	2.69	1.07	ปานกลาง	11
5. การแห่ต้นจำปา เพื่อแสดงความเคารพต่อพระพุทธศาสนา	2.57	1.04	ปานกลาง	12
6. การแห่นางแมว เพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาลตามความเชื่อ	2.52	1.07	ปานกลาง	13
7. การรำไท้ญ่ เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์	2.82	1.09	ปานกลาง	7
8. ศาลหลักเมือง และศาลเจ้าโต่ง เป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชุมชน	2.81	1.06	ปานกลาง	8
9. เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ	2.86	1.04	ปานกลาง	6
10. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	2.77	1.11	ปานกลาง	10
11. ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.25	1.06	ปานกลาง	2
12. ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.28	1.07	ปานกลาง	1
13. หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชน	3.02	0.97	ปานกลาง	3
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	2.87	0.46	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นฝีมือในการทำจักสานเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 1.07) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับ

สอง คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.06) อันดับสาม คือ หมอเป่าเป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.97) อันดับสี่ คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 1.16) อันดับห้า คือ บ้านเรือนไทยถือเป็นสิ่งบ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$, S.D. = 0.97) อันดับหก คือ เลี้ยงผีปู่ตาเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ต้องปฏิบัติเป็นประจำอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$, S.D. = 1.04) อันดับเจ็ด คือ การรำไท้ญ่เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 1.09) อันดับแปด คือ ศาลหลักเมืองและศาลเจ้าโต่งเป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 1.06) อันดับเก้า คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 1.05) อันดับสิบ คือ ความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.77$, S.D. = 1.11) อันดับสิบเอ็ด คือ ภาษาไท้ญ่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.69$, S.D. = 1.07) อันดับสิบสอง คือ การแห่ต้นจำปาเพื่อแสดงความเคารพต่อพระพุทธศาสนาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 1.04) ส่วนอันดับสุดท้ายคือ การแห่นางแมวเพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาลตามความเชื่ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.52$, S.D. = 1.07)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไท้ญ่ จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.38) รองลงมา คือ ด้านรูปแบบ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.41) และด้านคุณสมบัตินาธรรม ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไท้ญ่)

4.2.6.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

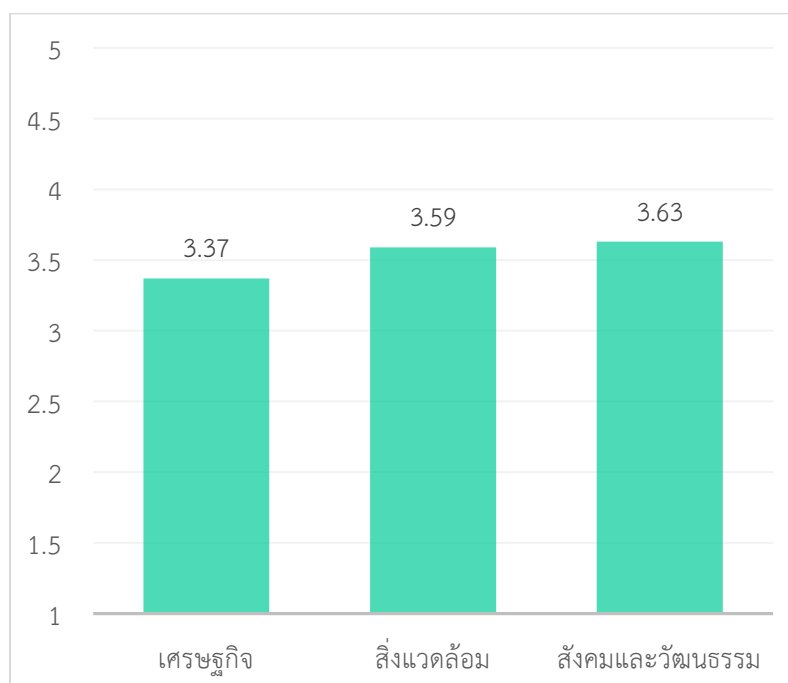
ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.43	0.99	มาก	10
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.33	1.03	ปานกลาง	12
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.36	0.97	ปานกลาง	11
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.37	1.00	ปานกลาง	
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.53	0.97	มาก	8
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.57	0.93	มาก	7
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.66	0.96	มาก	3
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.59	0.95	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.59	0.98	มาก	6
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.63	1.04	มาก	4
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.52	1.03	มาก	9
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.61	0.96	มาก	5
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.66	0.94	มาก	2
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.79	0.91	มาก	1
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.63	0.98	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.55	0.49	มาก	

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.91) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยวโดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.94) อันดับสาม คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ

อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.96) อันดับสี่ คือ ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.04) อันดับห้า คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.96) อันดับหก คือ ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.98) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.93) อันดับแปด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.97) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.03) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.99) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.97) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.03)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนไทญ้อมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.98) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.95) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.00) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

4.2.7 ไทโส้

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนไทโส้ต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทโส้)

ตารางที่ 4.45 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ไทโส้)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	42.50
หญิง	230	57.50
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	22	5.50
21-30 ปี	59	14.75
31-40 ปี	158	39.50
41-50 ปี	109	27.25
50 ปีขึ้นไป	52	13.00
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	49	12.25
สมรส	203	50.75
หย่าร้าง	87	21.75
หม้าย	61	15.25
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	116	29.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	130	32.50
ปวส. หรืออนุปริญญา	65	16.25
ปริญญาตรี	85	21.25
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.00
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	84	21.00
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	127	31.75
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	85	21.25
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	73	18.25

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป	31	7.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	23	5.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.00
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	61	15.25
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	112	28.00
เกษตรกรกรรม	105	26.25
หัตถกรรม	17	4.25
ค้าขาย	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 170 คิดเป็นร้อยละ 42.50 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 หย่าร้าง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 หม้าย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 โสด จำนวน 49 คิดเป็นร้อยละ 12.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ประถมศึกษา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 เกษตรกรรม จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ค้าขาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ข้าราชการ /

พนักงานของรัฐ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 หัตถกรรม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

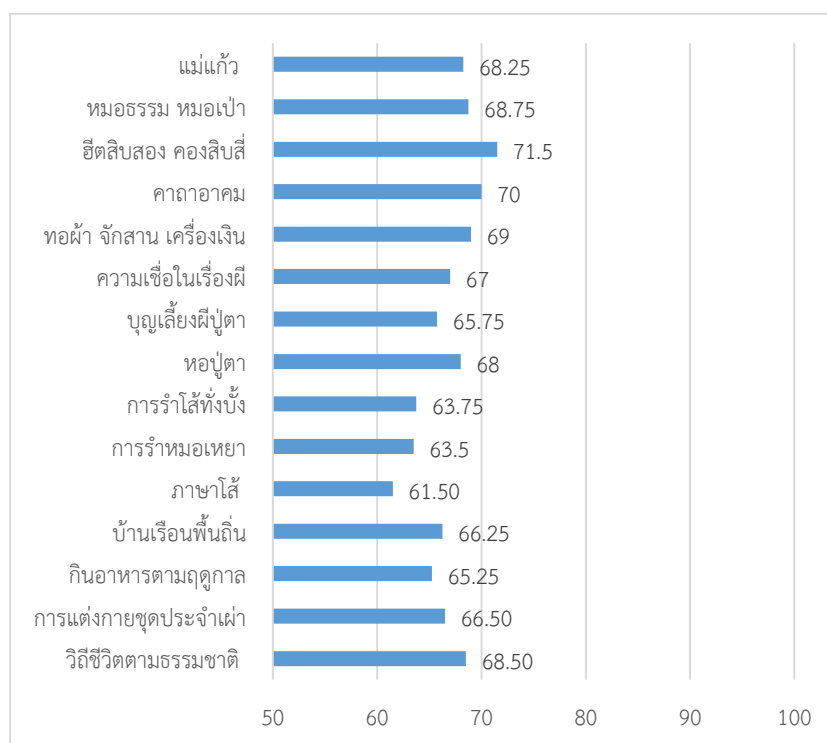
4.2.7.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทโซ้)

ตารางที่ 4.46 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ (ไทโซ้)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	274	68.50	126	31.50
2. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	266	66.50	134	33.50
3. กินอาหารตามฤดูกาล	261	65.25	139	34.75
4. บ้านเรือนพื้นถิ่น	265	66.25	135	33.75
5. ภาษาไทโซ้	246	61.50	154	38.50
6. การรำหมอลอย	254	63.50	146	36.50
7. การรำโสร้ง	255	63.75	145	36.25
8. หอป่า	272	68.00	128	32.00
9. บุญเลี้ยงผีป่า	263	65.75	137	34.25
10. ความเชื่อในเรื่องผี	268	67.00	132	33.00
11. ทอผ้า จักสาน เครื่องเงิน	276	69.00	124	31.00
12. คาถาอาคม	280	70.00	120	30.00
13. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	286	71.50	114	28.50
14. หมอธรรม หมอเป่า	275	68.75	125	31.25
15. แม่แก้ว	273	68.25	127	31.75

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทโซ้ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 อันดับสอง คือ คาถาอาคม จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 อันดับสาม คือ ทอผ้า จักสาน เครื่องเงิน จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 อันดับสี่ คือ หมอธรรม หมอเป่า จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 อันดับห้า คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 อันดับหก คือ แม่แก้ว จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 อันดับเจ็ด คือ หอป่า จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 อันดับแปด คือ ความเชื่อในเรื่องผี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 อันดับเก้า คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 อันดับสิบ คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 อันดับสิบเอ็ด คือ บุญเลี้ยงผีป่า จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 อันดับสิบสอง คือ กินอาหารตามฤดูกาล จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 อันดับสิบสาม คือ การรำโสร้ง จำนวน 255 คน

คิดเป็นร้อยละ 63.75 อันดับที่สิบสี่ คือ การรำหมอมเหยา จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 และอันดับสุดท้าย คือ ภาษาไทลื้อ จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ไทลื้อ)

4.2.7.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทลื้อ)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทลื้อ)

ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ไทลื้อ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.13	1.4	ปานกลาง	15
2. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.49	1.08	มาก	3

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
3. ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.57	1.00	มาก	1
4. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล เช่น แจ่วเข็ญต มื้อกกะปู (หมกปู)	3.54	0.90	มาก	2
5. ลักษณะเฉพาะของเรือนไทลื้อ	3.38	0.92	ปานกลาง	4
6. การสื่อสารด้วยภาษาไทลื้อในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	3.21	0.92	ปานกลาง	9
7. การรำใส่ทั้งบั้ง เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทข่า	3.14	0.90	ปานกลาง	14
8. การรำหมอลอย เป็นการร่ายรำประกอบการทำพิธีเหยา	3.26	0.90	ปานกลาง	6
9. ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี	3.18	0.94	ปานกลาง	11
10. หอปู่ตา เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบานขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ	3.04	0.92	ปานกลาง	17
11. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.25	0.86	ปานกลาง	7
12. ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่	3.26	0.87	ปานกลาง	5
13. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	3.09	0.81	ปานกลาง	16
14. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.15	0.86	ปานกลาง	13
15. ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม	3.22	0.86	ปานกลาง	8
16. หมอสูตรขวัญ หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา	3.17	0.85	ปานกลาง	12
17. แม่แก้ว เป็นหัวหน้าทำพิธีแซงชะนาม	3.18	0.85	ปานกลาง	10
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.25	0.26	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 1.00) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล เช่น แจ่วเข็ญต มื้อกกะปู (หมกปู) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.90) อันดับสาม คือ ชุมชนแต่งชุดของชนชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 1.08) อันดับสี่ คือ ลักษณะเฉพาะของเรือนไทลื้ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.92) อันดับห้า คือ ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.87) อันดับหก คือ การรำหมอลอยเป็นการร่ายรำประกอบการทำพิธีเหยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.89) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.85) อันดับแปด คือ ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 0.86) อันดับเก้า คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทลื้อ ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$, S.D. = 0.92) อันดับสิบ คือ แม่แก้ว เป็นหัวหน้าทำพิธีแซงชะนามอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 0.84) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่

ตาเป็นประจำทุกปีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 0.94) อันดับสิบสอง คือ หมอสูตรขวัญ หมอเป่าเป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.84) อันดับสิบสาม คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.15$, S.D. = 0.863) อันดับสิบสี่ คือ การรำไล่ทั้งบั้งเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไท่ข่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.90) อันดับสิบห้า คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.13$, S.D. = 1.41) อันดับสิบหก คือ ชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.09$, S.D. = 0.81) และอันดับสุดท้าย คือ หอปู่ตาเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$, S.D. = 0.92)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไท่โล่)

ตารางที่ 4.48 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ไท่โล่)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร	3.30	0.84	ปานกลาง	4
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.16	0.89	ปานกลาง	12
3. บ้านเรือนไท่โล่ มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.44	0.95	มาก	1
4. การสื่อสารด้วยภาษาไท่โล่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น	3.39	0.84	ปานกลาง	2
5. การรำไล่ทั้งบั้ง เป็นการอัญเชิญผีมูล (ผีบรรพบุรุษ) มาสิงในร่างกายผู้เหยา	3.27	0.88	ปานกลาง	5
6. พิธีเหยา รักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชนและมีการร่ายรำประกอบ	3.36	0.91	ปานกลาง	3
7. งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงถึงความเคารพ	3.23	0.97	ปานกลาง	9
8. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.20	0.96	ปานกลาง	11
9. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.25	0.86	ปานกลาง	6
10. การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.20	0.91	ปานกลาง	10
11. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.15	0.87	ปานกลาง	14
12. คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย	3.24	0.97	ปานกลาง	8
13. หมอสูตรขวัญ รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอดกระดูก	3.25	0.90	ปานกลาง	7
14. แม่แก้ว เป็นผู้นำในการทำพิธีแซงชะนาม เพื่อบูชาผี	3.16	0.99	ปานกลาง	13
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.26	0.31	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นบ้านเรือนไทโส้มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.95) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การสื่อสารด้วยภาษาไทโส้ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.84) อันดับสาม คือ พิธีเหยาการรักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชนและมีการร่ายรำประกอบอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.91) อันดับสี่ คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.84) อันดับห้า คือ การรำไล่ทั้งบั้งเป็นการอัญเชิญผีมูล (ผีบรรพบุรุษ) มาสิงในร่างกายผู้เหยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.88) อันดับหก คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.86) อันดับเจ็ด คือ หมอสูตรขวัญรักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.90) อันดับแปด คือ คาถาอาคมเพื่อป้องกันอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.97) อันดับเก้า คือ งานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเพื่อแสดงถึงความเคารพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.97) อันดับสิบ คือ การทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.91) อันดับสิบเอ็ด คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผีจะต้องมีอันตรายเกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.96) อันดับสิบสอง คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.89) อันดับสิบสาม คือ แม่แก้ว เป็นผู้นำในการทำพิธีแซงชะนามเพื่อบูชาผีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.990) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เครื่องจักสานเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.87)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทโส้)

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ไทโส้)

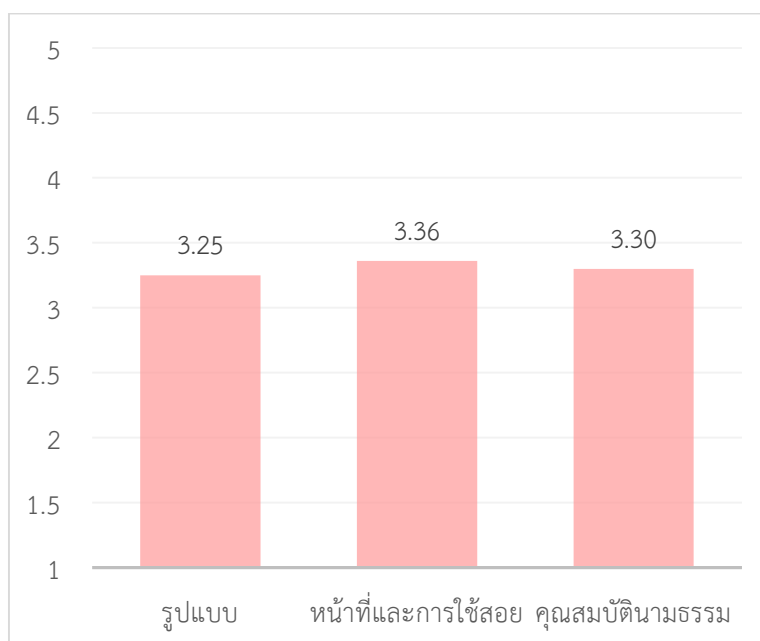
ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.19	0.93	ปานกลาง	10
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.14	0.98	ปานกลาง	12
3. บ้านเรือนไทโส้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	3.32	0.95	ปานกลาง	6
4. ภาษาไทโส้ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน	3.29	0.97	ปานกลาง	7
5. การรำไล่ทั้งบั้ง เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์	3.17	1.01	ปานกลาง	11
6. พิธีเหยาและการรำหมอเหยา เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษา	3.12	0.94	ปานกลาง	13

ตารางที่ 4.49 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
7. เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ	3.48	0.95	มาก	2
8. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงควมมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.47	0.91	มาก	3
9. ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.37	0.96	ปานกลาง	4
10. ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.23	1.05	ปานกลาง	9
11. คาถาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน	3.33	0.98	ปานกลาง	5
12. หมอสูตรขวัญ เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวท มนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชน	3.50	0.93	มาก	1
13. แม่แก้ว เป็นผู้นำทางความคิดของชุมชนในการทำพิธีแข่ง ชะนาค	3.23	1.03	ปานกลาง	8
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	3.30	0.38	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นในหมอสูตรขวัญเป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.93) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ เลี้ยงผีปู่ตาเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ต้องปฏิบัติเป็นประจำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.95) อันดับสาม คือ ความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงควมมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.91) อันดับสี่ คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.96) อันดับห้า คือ คาถาอาคมบ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.98) อันดับหก คือ บ้านเรือนไทโส้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.95) อันดับเจ็ด คือ ภาษาไทโส้เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.97) อันดับแปด คือ แม่แก้วเป็นผู้นำทางความคิดของชุมชนในการทำพิธีแข่งชะนาคอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.03) อันดับเก้า คือ ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.05) อันดับสิบ คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.93) อันดับสิบเอ็ด คือ การรำไท้ทั้งบั้งเป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 1.01) อันดับสิบสอง คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.98) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ พิธีเหยาและการรำหมอเหยาเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.94)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทลื้อ จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านหน้าที่และการใช้สอยมากที่สุด ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ด้านคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.31) และด้านรูปแบบ ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.26) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.20



ภาพที่ 4.20 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทลื้อ)

4.2.7.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว (ไทลื้อ)

ตารางที่ 4.50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทลื้อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.35	1.00	ปานกลาง	12
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.51	0.98	มาก	8
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.43	0.90	มาก	10
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.43	0.96	มาก	

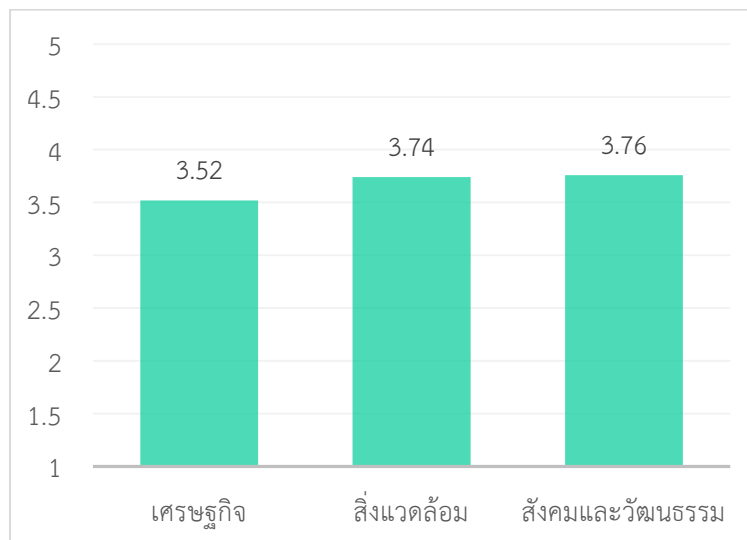
ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.39	0.84	ปานกลาง	11
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.47	0.91	มาก	9
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.54	0.93	มาก	6
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.47	0.89	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.57	0.92	มาก	4
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.56	0.93	มาก	5
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.63	0.89	มาก	3
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.54	0.93	มาก	7
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.67	0.89	มาก	2
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.74	0.89	มาก	1
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.62	0.91	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.53	0.35	มาก	

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.89) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.89) อันดับสาม คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.89) อันดับสี่ คือ ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.92) อันดับห้า คือ ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.93) อันดับหก คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.93) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.93) อันดับแปด คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.97) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.91) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.90) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.84) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.00)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนไทโส้มีความคิดเห็นในภาพรวมต่อด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.89) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ไทโส้)

4.2.8 ภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนภูเก็ตต่อการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.51 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชุมชน (ภูเก็ต)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	217	54.25
หญิง	183	45.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	47	11.75
21-30 ปี	102	25.50
31-40 ปี	117	29.25
41-50 ปี	85	21.25
50 ปีขึ้นไป	49	12.25
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	79	19.75
สมรส	134	33.50
หย่าร้าง	127	31.75
หม้าย	60	15.00
รวม	400	100.00
ประถมศึกษา	87	21.75
มัธยมศึกษา / ปวช.	133	33.25
ปวส. หรืออนุปริญญา	85	21.25
ปริญญาตรี	86	21.50
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	75	18.75
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	149	37.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	107	26.75
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	67	16.75
มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	8	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
พนักงานบริษัท ห้างร้าน	63	15.75
รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)	158	39.50

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรกรรม	91	22.75
หัตถกรรม	22	5.50
ค้าขาย	30	7.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 183 คิดเป็นร้อยละ 45.75 ตามลำดับ

อายุ ชุมชนส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ตามลำดับอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 หย่าร้าง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 โสด จำนวน 79 คิดเป็นร้อยละ 19.75 หม้าย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 ประถมศึกษา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ระดับปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ปวส. หรือระดับอนุปริญญา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

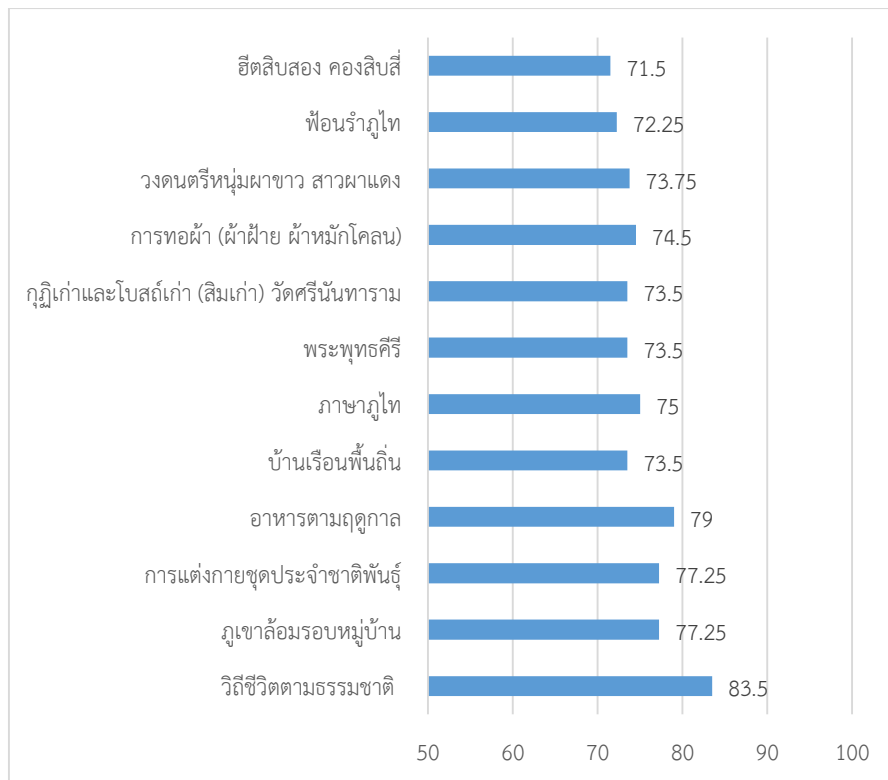
อาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ) จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 เกษตรกรรม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 พนักงานบริษัท ห้างร้าน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ค้าขาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 หัตถกรรม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

4.2.8.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์เสนอเป็น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.52 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอ
เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	การนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
	ต้องการ		ไม่ต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	334	83.50	66	16.50
2. ภูเขาล้อมรอบหมู่บ้าน	309	77.25	91	22.75
3. การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	309	77.25	91	22.75
4. อาหารตามฤดูกาล	316	79.00	84	21.00
5. บ้านเรือนพื้นถิ่น	294	73.50	106	26.50
6. ภาษาภูเก็ต	300	75.00	100	25.00
7. พระพุทธศิรี	294	73.50	106	26.50
8. ภูมิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทาราม	294	73.50	106	26.50
9. การทอผ้า (ผ้าฝ้าย ผ้าหมักโคลน)	298	74.50	102	25.50
10. วงดนตรีหนุ่มสาวชาว สาวผาแดง	295	73.75	105	26.25
11. ฟ้อนรำภูเก็ต	289	72.25	111	27.72
12. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	286	71.50	114	28.50

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 อันดับสอง คือ อาหารตามฤดูกาล จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 อันดับสาม คือ ภูเขาล้อมรอบหมู่บ้านและการแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 อันดับสี่ คือ ภาษาภูเก็ต จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 อันดับห้า คือ การทอผ้า (ผ้าฝ้าย, ผ้าหมักโคลน) จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 อันดับหก คือ วงดนตรีหนุ่มสาวชาว สาวผาแดง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 อันดับเจ็ด คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น พระพุทธศิรีและภูมิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทาราม จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 อันดับแปด คือ ฟ้อนรำภูเก็ต จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 และอันดับสุดท้าย คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.22



ภาพที่ 4.22 ร้อยละของความคิดเห็นของชุมชนที่ต้องการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เสนอเป็น
สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ภูไท)

4.2.8.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ภูไท)

การเสนอผลการวิเคราะห์ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ (ภูไท)

ตารางที่ 4.53 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ด้านรูปแบบ (ภูไท)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.72	0.86	มาก	2
2. ชุมชนนิยมตั้งถิ่นฐานใกล้ภูเขา	3.25	0.93	ปานกลาง	9
3. พระพุทธศิรี เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง	2.41	0.87	น้อย	14
4. ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในวันธรรมดา	3.67	0.89	มาก	4
5. ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในวันงานประเพณีท้องถิ่น	3.36	0.88	ปานกลาง	6

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
6. ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล	3.70	0.85	มาก	3
7. ลักษณะเฉพาะของเรือนภูไทเป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง	3.76	0.88	มาก	1
8. การสื่อสารด้วยภาษาภูไทในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน	2.37	0.92	น้อย	15
9. การฟ้อนภูไท เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	2.59	0.88	ปานกลาง	12
10. ภูมิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทาราม เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และศูนย์รวมของชุมชน	2.43	0.90	น้อย	13
11. ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี	3.33	0.87	ปานกลาง	7
12. ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่	3.11	0.85	ปานกลาง	10
13. ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง	2.71	0.86	ปานกลาง	11
14. ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง	3.65	0.92	มาก	5
15. วงดนตรีหนุ่มผาขาว สาวผาแดง เป็นกิจกรรมบันเทิงเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์	3.26	0.85	ปานกลาง	8
รวมความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	3.16	0.40	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นลักษณะเฉพาะของเรือนภูไทเป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.88) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.86) อันดับสาม คือ ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.85) อันดับสี่ คือ ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในวันธรรมดาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.89) อันดับห้า คือ ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.92) อันดับหก คือ ชุมชนแต่งชุดของชาติพันธุ์ในงานประเพณีท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.88) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.87) อันดับแปด คือ วงดนตรีหนุ่มผาขาวสาวผาแดงเป็นกิจกรรมบันเทิงเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.85) อันดับเก้า คือ ชุมชนนิยมตั้งถิ่นฐานใกล้ภูเขาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.93) อันดับสิบ คือ ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$, S.D. = 0.85) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีการทอผ้าใช้เองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.71$, S.D. = 0.86) อันดับสิบสอง คือ การฟ้อนภูไทเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.59$, S.D. = 0.88) อันดับสิบสาม คือ ภูมิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทารามเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และศูนย์รวมของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.43$, S.D. = 0.90) อันดับสิบสี่ คือ พระพุทธรูปเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.41$, S.D. = 0.86) และอันดับสุดท้าย คือ การสื่อสารด้วยภาษาภูไทในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.37$, S.D. = 0.92)

2) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน หน้าที่และการใช้สอย (ภูไท)

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย (ภูไท)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาดอาหาร	3.55	0.83	มาก	1
2. การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.51	0.87	มาก	2
3. บ้านเรือนภูไท มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์	3.46	0.92	มาก	4
4. การสื่อสารด้วยภาษาภูไท ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อ ความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น	3.35	0.86	ปานกลาง	8
5. การรำภูไท เพื่อบูชาพระธาตุพนมเท่านั้น	3.48	0.90	มาก	3
6. ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น	3.46	0.85	มาก	4
7. ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน	3.39	1.00	ปานกลาง	7
8. การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์	3.38	0.90	ปานกลาง	6
9. เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน	3.35	0.87	ปานกลาง	8
10. วัดศรีนันทาราม เป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน	2.33	1.04	น้อย	11
11. วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดง เพื่อความบันเทิงใจ	3.29	0.87	ปานกลาง	10
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	3.32	0.45	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง
ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพหาอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.83)
เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.87) อันดับสาม คือ การรำภูไทเพื่อบูชาพระธาตุพนมเท่านั้นอยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 0.90) อันดับสี่ คือ ความเชื่อในเรื่องผีเป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี
หากทำผิดผีจะต้องมียันตรายเกิดขึ้น และบ้านเรือนภูไทมีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์อยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 0.85) อันดับหก คือ การทอผ้าเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์อยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.90) อันดับเจ็ด คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถี
ชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, S.D. = 1.04) อันดับแปด คือ เครื่องจักสานเพื่อเป็นอุปกรณ์
ในการทำมาหากินและการสื่อสารด้วยภาษาภูไทในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น
อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 1.00) อันดับสิบ คือ วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดง
เพื่อความบันเทิงใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.87) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ

วัดศรีนันทารามเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนาและกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.33$, S.D. = 1.04)

3) ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้าน คุณสมบัตินามธรรม (ภูไท)

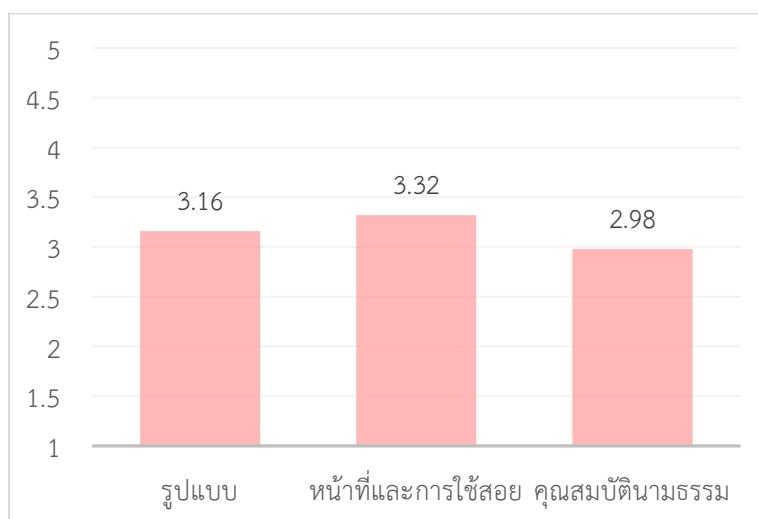
ตารางที่ 4.55 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม (ภูไท)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต	3.29	1.00	ปานกลาง	4
2. การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.21	1.00	ปานกลาง	6
3. บ้านเรือนภูไท เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์	2.15	0.96	น้อย	10
4. ภาษาภูไท เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก	2.36	0.91	น้อย	9
5. การรำภูไท เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์	2.42	1.05	น้อย	8
6. พระพุทธศรีและวัดศรีนันทาราม เป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยว ทางจิตใจของชุมชน	3.04	0.99	ปานกลาง	7
7. ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์	3.43	0.91	มาก	1
8. ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.36	0.93	ปานกลาง	2
9. ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน	3.34	0.92	ปานกลาง	3
10. วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดง แสดงถึงภูมิปัญญาในการ แสดงดนตรี	3.21	0.91	ปานกลาง	5
รวมความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม	2.98	0.34	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ชุมชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นในความเชื่อในเรื่องผีแสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.91) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ฝีมือการทอผ้าเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.93) อันดับสาม คือ ฝีมือในการทำจักสานเป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.92) อันดับสี่ คือ ธรรมชาติเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 1.00) อันดับห้า คือ การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 1.00) อันดับหก คือ วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดงแสดงถึงภูมิปัญญาในการแสดงดนตรีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.91) อันดับเจ็ด คือ พระพุทธศรีและวัดศรีนันทารามเป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยว

ทางจิตใจของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$, S.D. = 0.99) อันดับแปด คือ การรำภูไทเป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.42$, S.D. = 1.05) อันดับเก้า คือ ภาษาภูไทเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันไม่แปลกแยกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.36$, S.D. = 0.91) และอันดับสุดท้าย คือ บ้านเรือนภูไทเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.15$, S.D. = 0.96)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ภูไท จะเห็นว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านหน้าที่และการใช้สอยมากที่สุด ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.45) รองลงมา คือ ด้านรูปแบบ ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 0.40) และด้านคุณสมบัตินามธรรม ($\bar{x} = 2.98$, S.D. = 0.34) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.23 ร้อยละของระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ภูไท)

4.2.8.4 ความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ภูไท)

ตารางที่ 4.56 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ภูไท)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
เศรษฐกิจ				
1. ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3.53	0.94	มาก	10
2. ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.52	0.95	มาก	11
3. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว	3.51	0.90	มาก	12
รวมด้านเศรษฐกิจ	3.52	0.92	มาก	

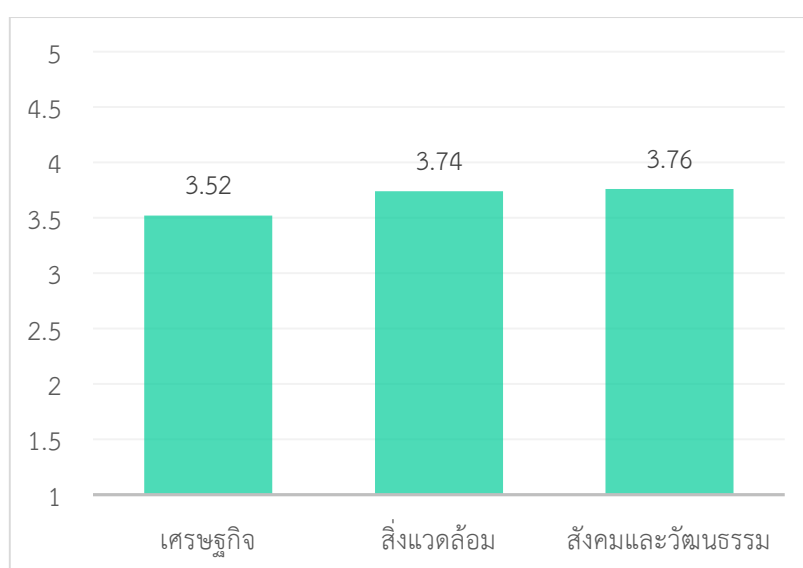
ตารางที่ 4.56 (ต่อ)

การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
สิ่งแวดล้อม				
4. ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.69	0.87	มาก	9
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.73	0.84	มาก	5
6. ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.81	0.89	มาก	3
รวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.74	0.87	มาก	
สังคมและวัฒนธรรม				
7. ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง	3.84	0.89	มาก	1
8. ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนาน	3.74	0.98	มาก	4
9. ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	3.71	1.01	มาก	7
10. ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว	3.70	0.94	มาก	8
11. ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว	3.73	0.90	มาก	6
12. ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง	3.82	0.90	มาก	2
รวมด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.76	0.94	มาก	
รวมความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว	3.70	0.47	มาก	

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ชุมชนโดยเฉลี่ยมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนให้ระดับความคิดเห็นชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.89) เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.90) อันดับสาม คือ ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.89) อันดับสี่ คือ ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนชาติพันธุ์ให้คงอยู่ยาวนานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.98) อันดับห้า คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.84) อันดับหก คือ ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย / สมัยใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.90) อันดับเจ็ด คือ ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.01) อันดับแปด คือ ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.94) อันดับเก้า คือ ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$,

S.D. = 0.87) อันดับสิบ คือ ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.94) อันดับสิบเอ็ด คือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.95) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.90)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว จะเห็นว่า ชุมชนภูไทมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อต้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.87) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยว (ภูไท)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทั้ง 8 ชาติพันธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้งด้านรูปแบบ หน้าที่และการใช้สอยและคุณสมบัตินามธรรม และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ดังตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 สรุปผลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

ชาติพันธุ์	ระดับการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์			มุมมองต่อ การท่องเที่ยว
	รูปแบบ	หน้าที่และการใช้สอย	คุณสมบัตินามธรรม	
1. ไทดำ				
ค่าเฉลี่ย	3.54	3.61	3.67	3.85
S.D	0.91	0.84	0.91	0.67
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก
2. ไทพวน				
ค่าเฉลี่ย	3.57	3.61	3.58	3.55
S.D	0.55	0.74	0.77	0.74
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก
3. ไทแสก				
ค่าเฉลี่ย	3.66	3.41	3.33	3.63
S.D	0.43	0.45	0.44	0.41
แปลผล	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
4. ไทกะเลิง				
ค่าเฉลี่ย	3.36	3.32	3.31	3.61
S.D	0.31	0.39	0.43	0.41
แปลผล	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
5. ไทข่า				
ค่าเฉลี่ย	3.64	3.43	3.35	3.66
S.D	0.40	0.42	0.43	0.48
แปลผล	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
6. ไทญ้อ				
ค่าเฉลี่ย	3.26	3.35	2.87	3.55
S.D	0.41	0.38	0.46	0.49
แปลผล	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
7. ไทสั				
ค่าเฉลี่ย	3.25	3.26	3.30	3.53
S.D	0.26	0.31	0.38	0.35
แปลผล	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
8. กูไท				
ค่าเฉลี่ย	3.16	3.32	2.98	3.70
S.D	0.40	0.45	0.34	0.47
แปลผล	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก

ในเชิงเปรียบเทียบของการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านรูปแบบ พบว่า ไทแสกมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทข่า ไทพวน ไทดำ ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทโส้ และกูไทเป็นอันดับสุดท้าย

การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย พบว่า ไทพวนมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทดำ ไทข่า ไทแสก ไทญ้อ ไทกะเลิง กูไทและไทโส้เป็นอันดับสุดท้าย

การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม พบว่า ไทดำมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทพวน ไทข่า ไทแสก ไทกะเลิง ไทโส้ กูไทและไทญ้อเป็นอันดับสุดท้าย

ในมุมมองของชุมชนต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม โดยไทดำมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ กูไท ไทข่า ไทแสก ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทพวนและไทโส้เป็นอันดับสุดท้าย

4.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เกี่ยวกับระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว และนำมาเป็นข้อมูลสร้างต้นแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่อไป ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ประกอบด้วย

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

4.3.3 ผลการวิเคราะห์อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์

จากข้างต้น รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ของแต่ละชาติพันธุ์ รวมทั้งสิ้น 8 ชาติพันธุ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.1.1 ไทดำ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทดำ ตำบลนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทดำ)

ตารางที่ 4.58 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (ไทดำ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	208	52.00
หญิง	192	48.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	76	19.00
21-30 ปี	127	31.75
31-40 ปี	99	24.75
41-50 ปี	72	18.00
50 ปีขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	222	55.50
สมรส	103	25.75
หย่าร้าง	40	10.00
หม้าย	35	8.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	62	15.50
มัธยมศึกษา / ปวช.	66	16.50
ปวส. หรืออนุปริญญา	109	27.25
ปริญญาตรี	120	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	43	10.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	29	7.25
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	41	10.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	131	32.75
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	145	36.25

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
20,001 บาทขึ้นไป	54	13.50
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	94	23.50
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	97	24.25
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	54	13.50
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	59	14.75
เกษตรกร	37	9.25
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	16	4.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.58 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 หย่าร้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และหม้าย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 27.25 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ประถมศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา คือ รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 เกษตรกร จำนวน 37 คน

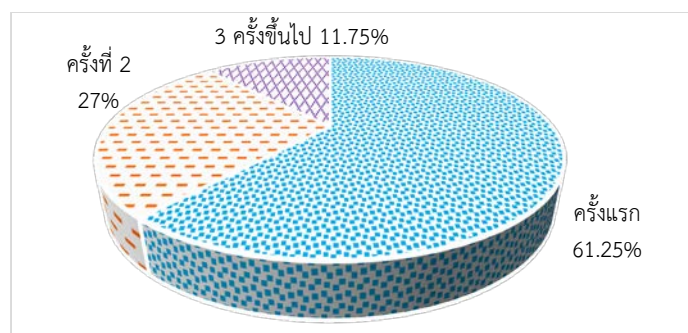
คิดเป็นร้อยละ 9.25 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และรับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.59 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	245	61.25
ครั้งที่ 2	108	27.00
3 ครั้งขึ้นไป	47	11.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.59 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.25

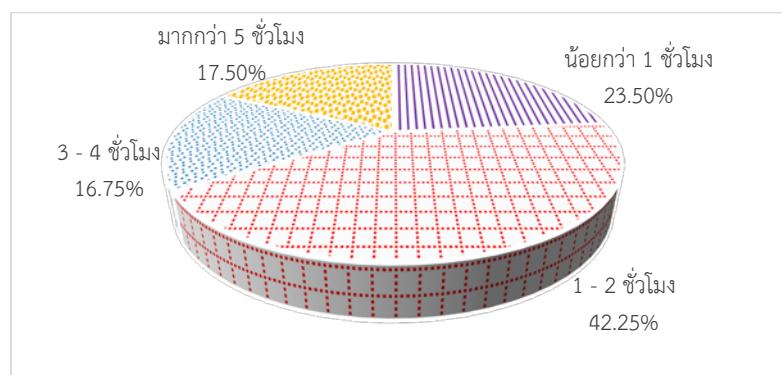


ภาพที่ 4.25 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.60 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทดำ)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	94	23.50
1 - 2 ชั่วโมง	169	42.25
3 - 4 ชั่วโมง	67	16.75
มากกว่า 5 ชั่วโมง	70	17.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.59 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.26

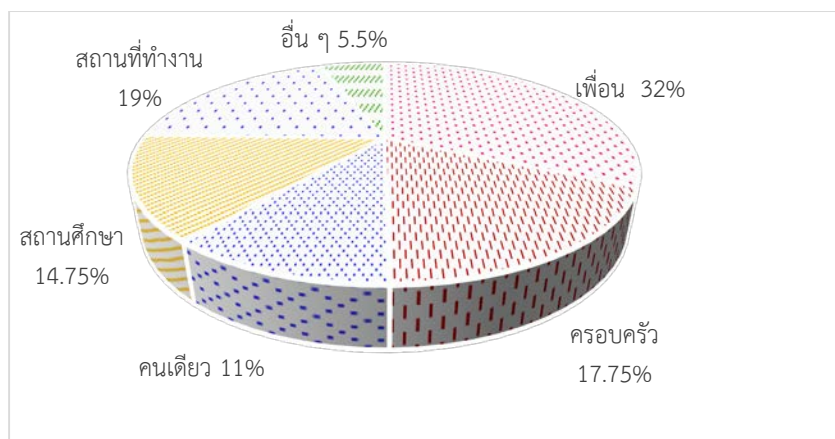


ภาพที่ 4.26 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.61 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	128	32.00
ครอบครัว	71	17.75
คนเดียว	44	11.00
สถานศึกษา	59	14.75
สถานที่ทำงาน	76	19.00
อื่น ๆ	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.61 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ สถานที่ทำงาน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ครอบครัว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 สถานศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 คนเดียว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.27

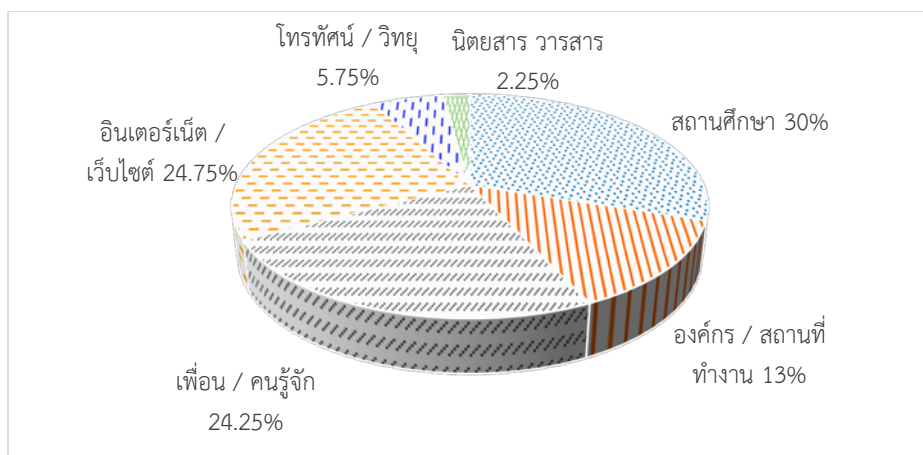


ภาพที่ 4.27 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.62 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทดำ)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	120	30.00
องค์กร / สถานที่ทำงาน	52	13.00
เพื่อน / คนรู้จัก	97	24.25
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	99	24.75
โทรทัศน์ / วิทยู	23	5.75
นิตยสาร วารสาร	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.62 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสถานศึกษา จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 องค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 โทรทัศน์ / วิทยู จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และนิตยสาร วารสาร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.28

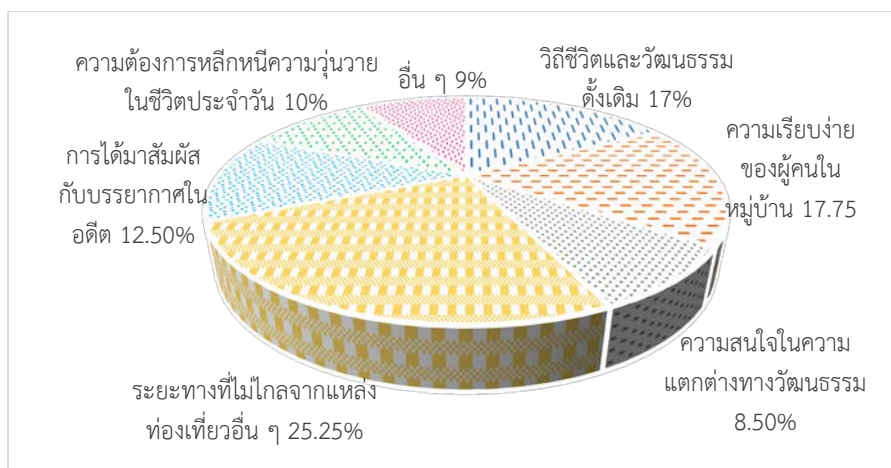


ภาพที่ 4.28 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.63 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทดำ)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	68	17.00
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	71	17.75
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	34	8.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	101	25.25
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตร	50	12.50
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	40	10.00
อื่น ๆ	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.63 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 รองลงมา คือ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อื่น ๆ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.29

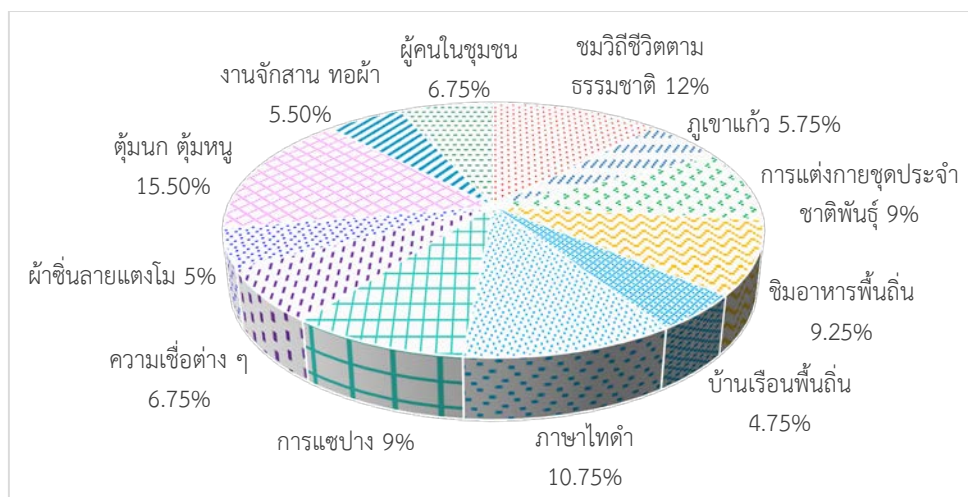


ภาพที่ 4.29 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.64 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทดำ)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	48	12.00
ภูเขาแก้ว	23	5.75
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	36	9.00
ชิมอาหารพื้นถิ่น	37	9.25
บ้านเรือนพื้นถิ่น	19	4.75
ภาษาไทดำ	43	10.75
การแช่ป่า	36	9.00
ความเชื่อต่าง ๆ	27	6.75
ผ้าขึ้นลายแดงโม	20	5.00
ต๋มก ต๋มหนู	62	15.50
งานจักสาน ทอผ้า	22	5.50
ผู้คนในชุมชน	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.64 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยว ต๋มก ต๋มหนู จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมา คือ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ภาษาไทดำ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์และการแช่ป่า จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ความเชื่อต่าง ๆ และผู้คนในชุมชน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ภูเขาแก้ว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 งานจักสาน ทอผ้า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ผ้าขึ้นลายแดงโม จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.00 และบ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.30

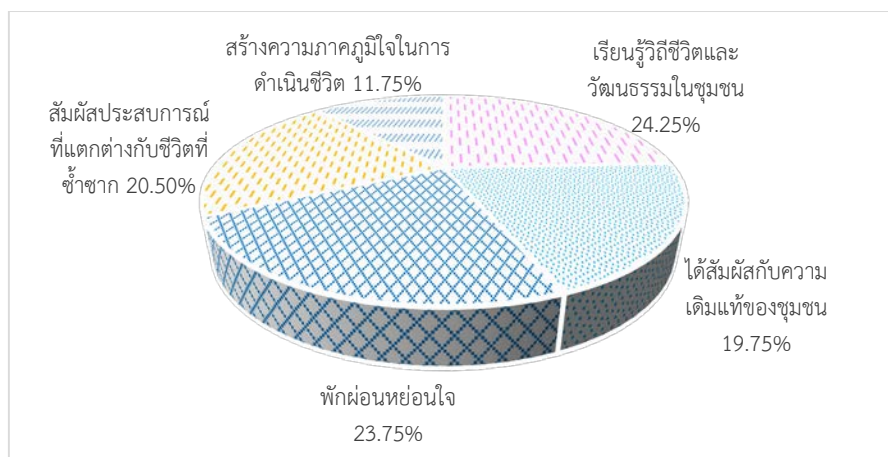


ภาพที่ 4.30 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทดำ)

ตารางที่ 4.65 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทดำ)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	97	24.25
ได้สัมผัสกับความดีแท้ของชุมชน	79	19.75
พักผ่อนหย่อนใจ	95	23.75
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	82	20.50
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	47	11.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.65 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ได้สัมผัสกับความดีแท้ของชุมชน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.31



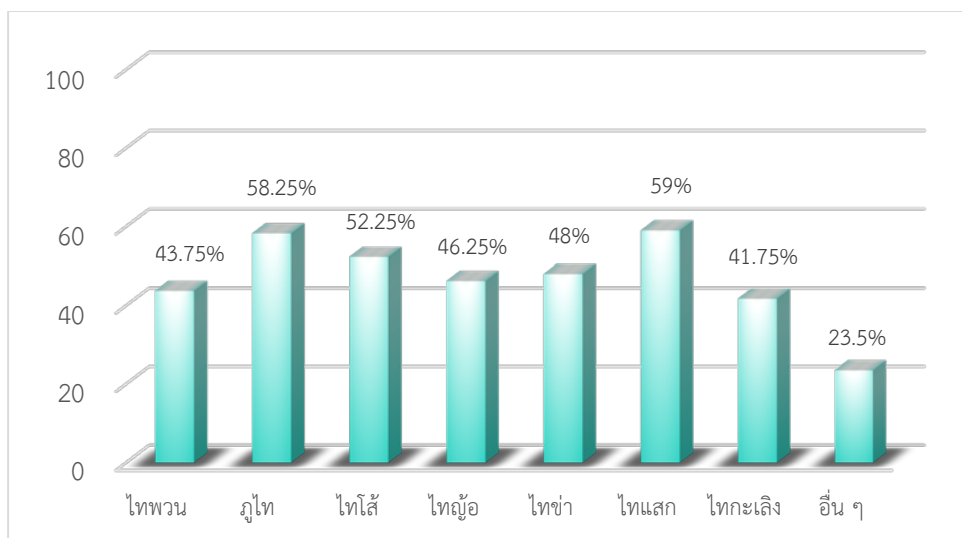
ภาพที่ 4.31 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทดำ)

ตารางที่ 4.66 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	175	43.75
หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	233	58.25
หมู่บ้านไทโส อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม	209	52.25
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	185	46.25
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	192	48.00
หมู่บ้านไทแสง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	236	59.00
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	167	41.75
อื่น ๆ	94	23.50
รวม	400	100.00

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.66 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นหมู่บ้านไทแสง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 หมู่บ้านไทโส อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และอื่น ๆ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.32



ภาพที่ 4.32 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทดำ)

3) ประสพการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ

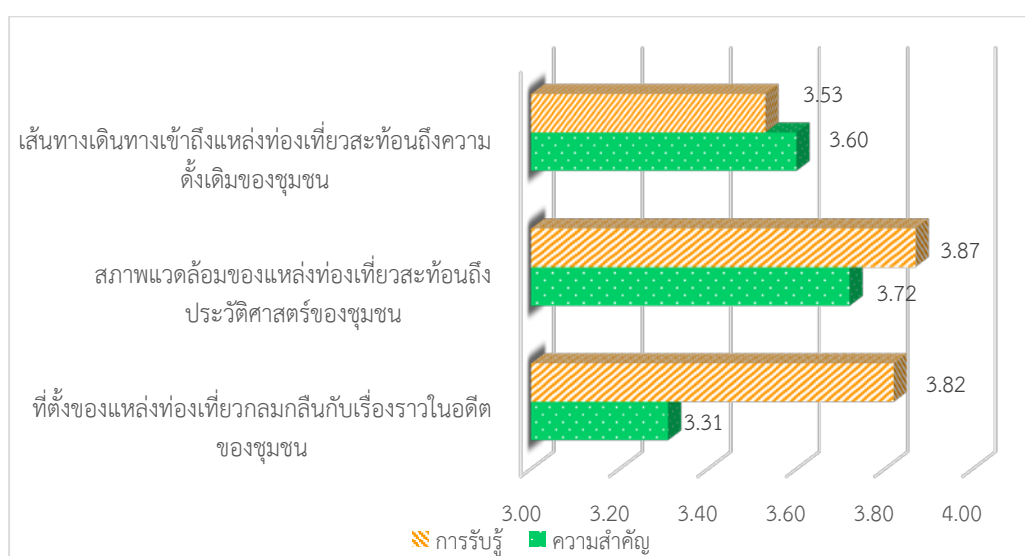
ตารางที่ 4.67 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสพการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทดำ)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.31	1.07	ปานกลาง	3.82	0.97	มาก
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.72	1.02	มาก	3.87	1.00	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.60	1.08	มาก	3.53	1.01	มาก
รวม	3.54	0.64	มาก	3.74	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.67 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 1.02) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 1.08)

และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 1.907) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.33

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.97) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.33



ภาพที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทด้า)

ตารางที่ 4.68 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทด้า)

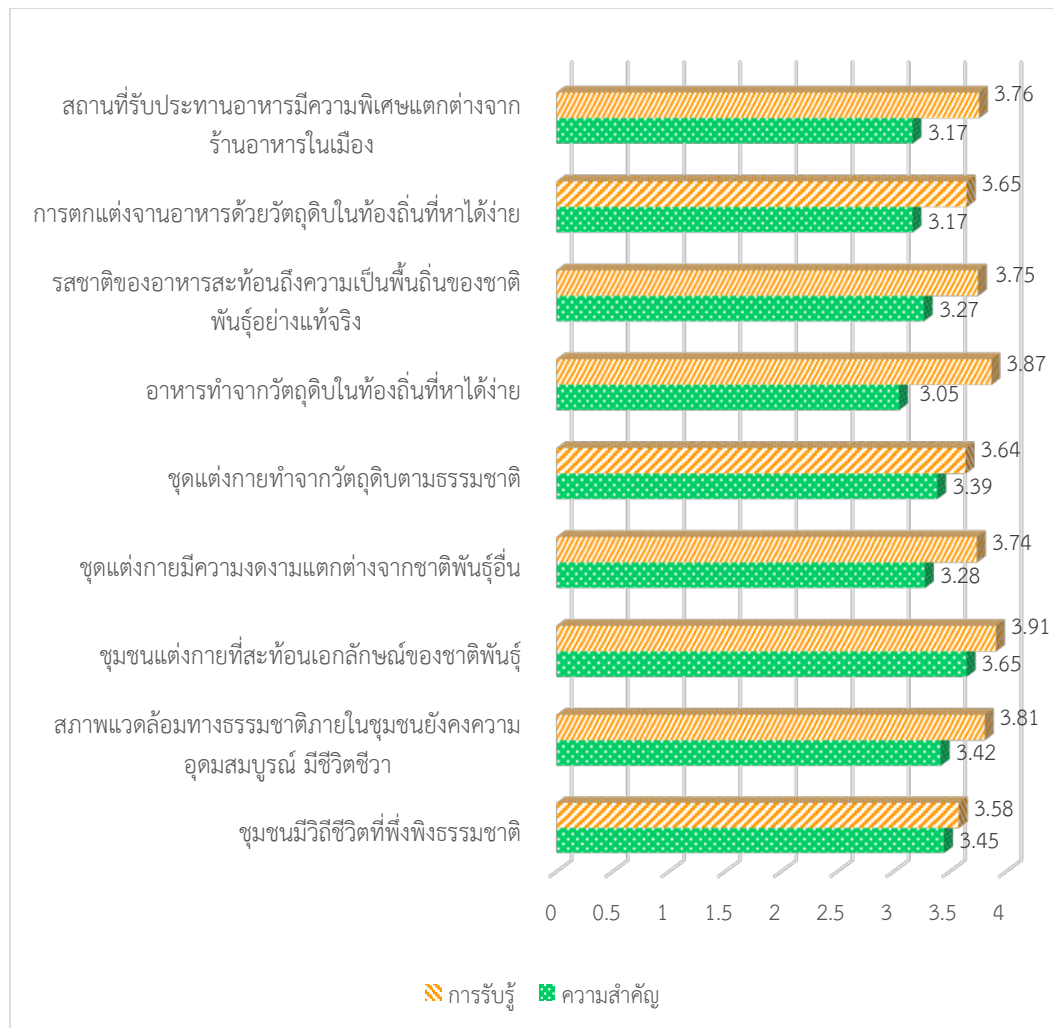
ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.45	1.11	มาก	3.58	0.98	มาก
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.42	1.12	มาก	3.81	1.00	มาก
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.65	0.99	มาก	3.91	0.99	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.28	1.04	ปานกลาง	3.74	1.01	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.39	0.99	ปานกลาง	3.64	1.02	มาก
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.05	0.93	ปานกลาง	3.87	0.92	มาก

ตารางที่ 4.68 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.27	0.98	ปานกลาง	3.75	0.98	มาก
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.17	0.91	ปานกลาง	3.65	0.95	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.17	0.92	ปานกลาง	3.76	0.95	มาก
รวม	3.32	0.52	ปานกลาง	3.75	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.68 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.92) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$, S.D. = 1.12) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, S.D. = 0.99) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 1.04) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 0.98) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.91) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.92) และอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.34

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.92) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 1.00) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.95) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.98) ชุดแต่งกายงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.01) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.95) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 1.02) และชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.34



ภาพที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทดำ)

ตารางที่ 4.69 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทดำ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.21	0.92	ปานกลาง	3.82	0.95	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.18	0.85	ปานกลาง	3.74	0.97	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.22	0.92	ปานกลาง	3.62	0.94	มาก
โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์	3.23	0.90	ปานกลาง	3.82	0.92	มาก
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.38	0.94	ปานกลาง	3.72	0.93	มาก

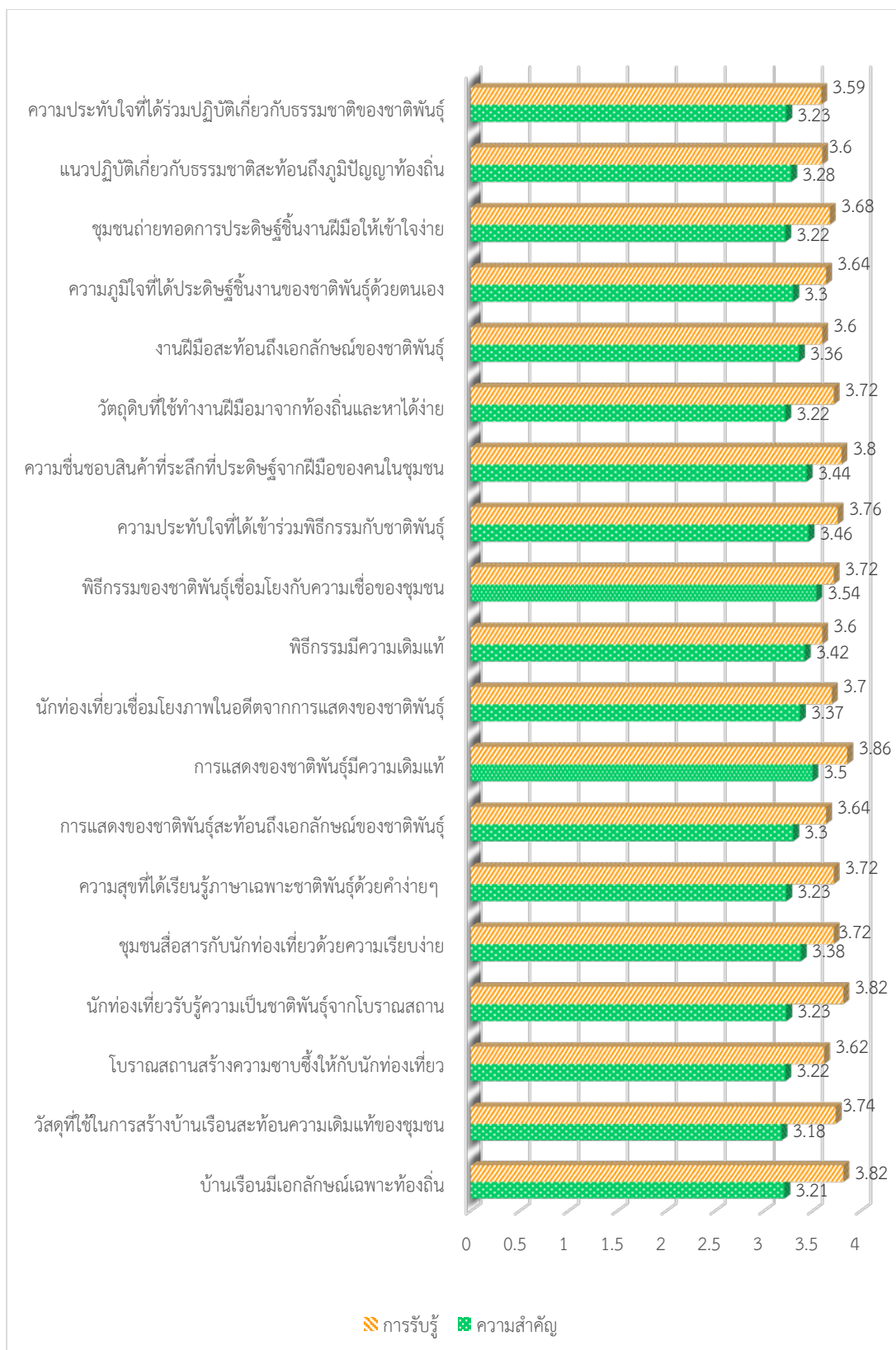
ตารางที่ 4.69 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	3.23	0.92	ปานกลาง	3.72	0.98	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.30	0.98	ปานกลาง	3.64	0.99	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.50	1.02	มาก	3.86	0.95	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.37	0.99	ปานกลาง	3.70	1.03	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.42	1.01	มาก	3.60	1.04	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.54	0.99	มาก	3.72	0.99	มาก
ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.46	0.98	มาก	3.76	1.03	มาก
ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.44	0.96	มาก	3.80	1.03	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.22	0.96	ปานกลาง	3.72	1.00	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.36	0.90	ปานกลาง	3.60	1.03	มาก
ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเอง	3.30	0.87	ปานกลาง	3.64	1.05	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.22	0.87	ปานกลาง	3.68	1.04	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.28	0.92	ปานกลาง	3.60	0.98	มาก
ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	3.23	0.96	ปานกลาง	3.59	0.99	มาก
รวม	3.32	0.29	ปานกลาง	3.70	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.69 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชื่นชอบพิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 1.02) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 0.98) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.96) พิธีกรรมมีความเดิมแท้ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$, S.D. = 1.01) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.94) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.99) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง

($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.90) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.87) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.98) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.92) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.90) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยตัวเอง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.92) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.96) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.87) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.92) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.96) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.92) และวัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.35

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือนักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.92) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.95) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 1.03) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.03) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.97) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.93) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยตัวเอง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.98) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.99) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.00) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.03) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.04) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.99) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.05) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.94) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.98) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.03) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.04) และความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.35



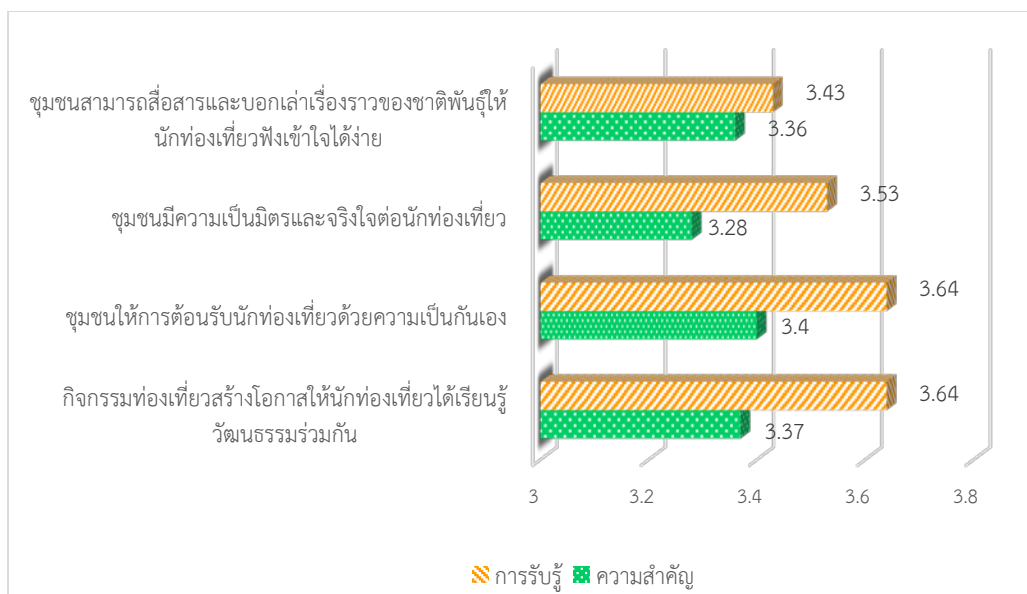
ภาพที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทดำ)

ตารางที่ 4.70 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทดำ)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.37	0.94	ปานกลาง	3.64	1.03	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.40	0.85	ปานกลาง	3.64	0.94	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.28	0.87	ปานกลาง	3.53	0.96	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.36	0.85	ปานกลาง	3.43	0.99	มาก
รวม	3.35	0.15	ปานกลาง	3.56	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.70 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.94) ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.85) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.36

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.03) ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.96) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.36



ภาพที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทดำ)

4.3.1.2 ไทพวน

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทพวน ตำบลบ้านหม้อ อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทพวน)

ตารางที่ 4.71 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทพวน)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	181	45.25
หญิง	219	54.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	88	22.00
21-30 ปี	113	28.25
31-40 ปี	82	20.50

ตารางที่ 4.71 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
41-50 ปี	85	21.25
50 ปีขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	230	57.50
สมรส	96	24.00
หย่าร้าง	33	8.25
หม้าย	41	10.25
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	71	17.75
มัธยมศึกษา / ปวช.	52	13.00
ปวส. หรืออนุปริญญา	103	25.75
ปริญญาตรี	129	32.25
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	38	9.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	82	20.50
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	118	29.50
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	103	25.75
20,001 บาทขึ้นไป	59	14.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	64	16.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	95	23.75
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	52	13.00
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	67	16.75
เกษตรกร	36	9.00
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	20	5.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	31	7.75
อื่นๆ	35	8.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.71 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 45.25 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 88 คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 อายุ 31-40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 หม้าย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และหย่าร้าง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 103 คิดเป็นร้อยละ 25.75 ประถมศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา คือ 15,001-20,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

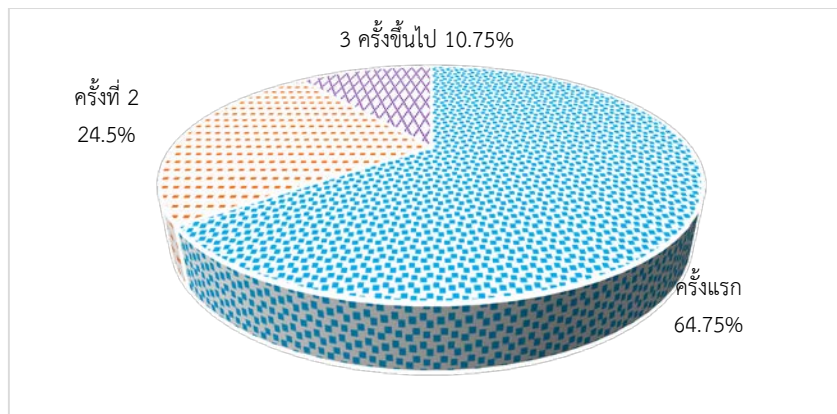
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รองลงมา คือ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เกษตรกร จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 อื่นๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และรับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 20 คน 5.00 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.72 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	259	64.75
ครั้งที่ 2	98	24.50
3 ครั้งขึ้นไป	43	10.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.72 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.37

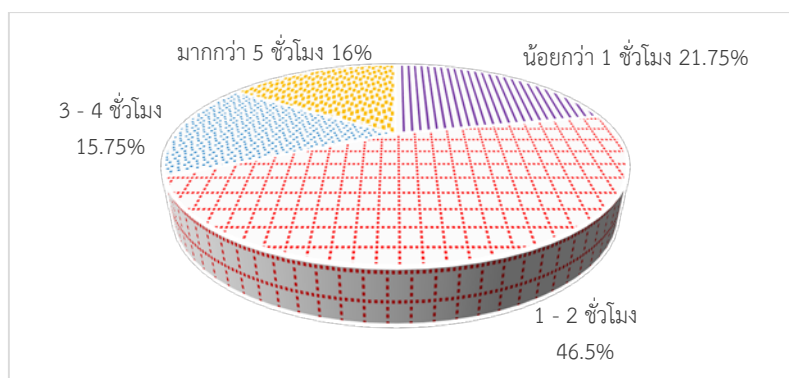


ภาพที่ 4.37 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไต้หวัน)

ตารางที่ 4.73 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไต้หวัน)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	87	21.75
1 - 2 ชั่วโมง	186	46.50
3 - 4 ชั่วโมง	63	15.75
มากกว่า 5 ชั่วโมง	64	16.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.73 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.38

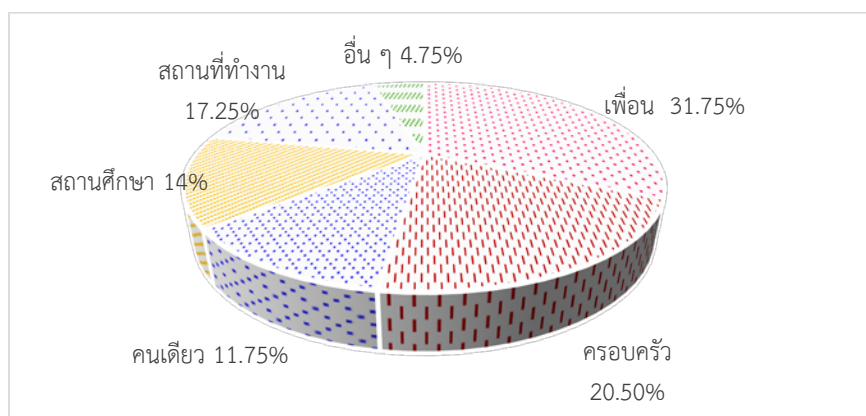


ภาพที่ 4.38 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไต้หวัน)

ตารางที่ 4.74 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	127	31.75
ครอบครัว	82	20.50
คนเดียว	47	11.75
สถานศึกษา	56	14.00
สถานที่ทำงาน	69	17.25
อื่น ๆ	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.74 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นสถานศึกษา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 สถานที่ทำงาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 สถานศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 คนเดียว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และอื่น ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.39

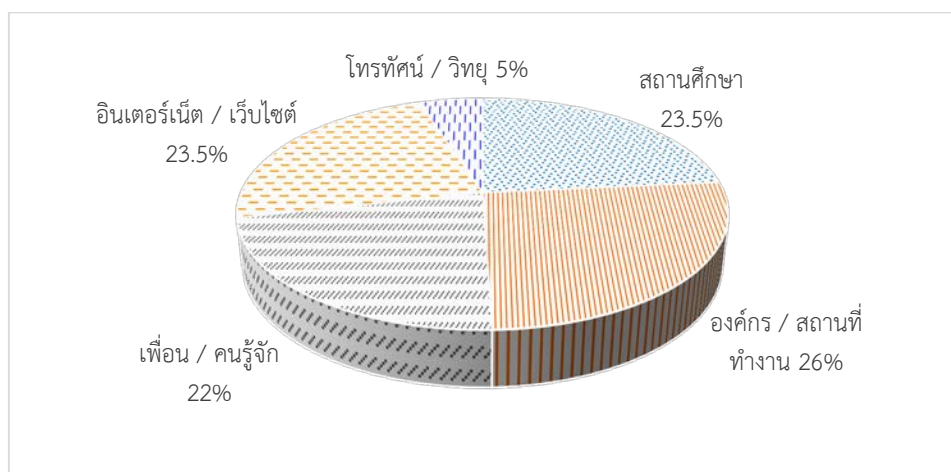


ภาพที่ 4.39 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.75 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทพวน)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	94	23.50
องค์กร / สถานที่ทำงาน	104	26.00
เพื่อน / คนรู้จัก	88	22.00
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	94	23.50
โทรทัศน์ / วิทยุ	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.75 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา คือ สถานศึกษาและอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และโทรทัศน์ / วิทยุ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.40



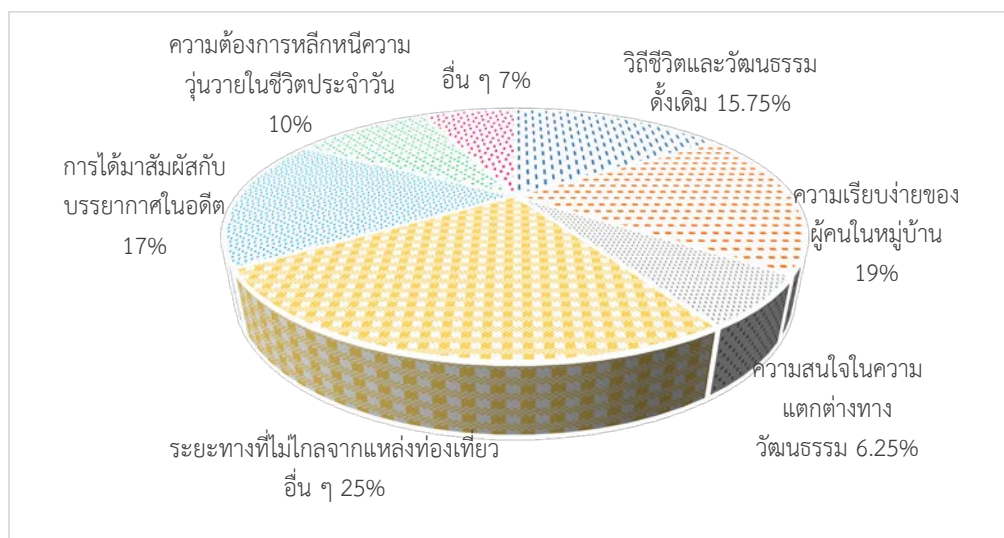
ภาพที่ 4.40 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.76 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทพวน)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	63	15.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	76	19.00
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	25	6.25
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	100	25.00
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	68	17.00
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	40	10.00
อื่น ๆ	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.76 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 40

คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อื่น ๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.41

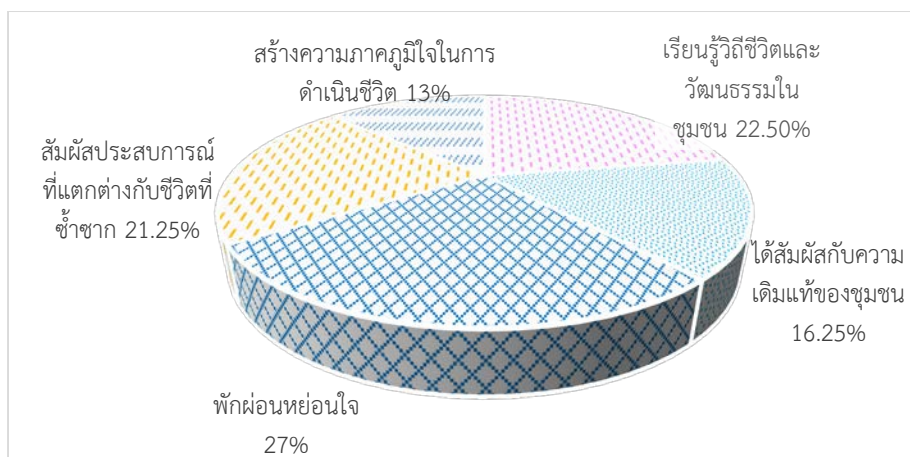


ภาพที่ 4.41 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.77 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทพวน)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	36	9.00
ชมวิวตอนชิงชู้	56	14.00
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	38	9.50
ชิมอาหารพื้นถิ่น	88	22.00
บ้านเรือนพื้นถิ่น	16	4.00
ภาษาไทพวน	37	9.25
หมอลำไทพวน	29	7.25
หอแม่นางอ้ว	26	6.50
ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	18	4.50
ผู้คนในชุมชน	56	14.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.77 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมา คือ ชมวิวตอนชิงชู้และผู้คนในชุมชน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ภาษาไทพวน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 หมอลำไทพวน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25



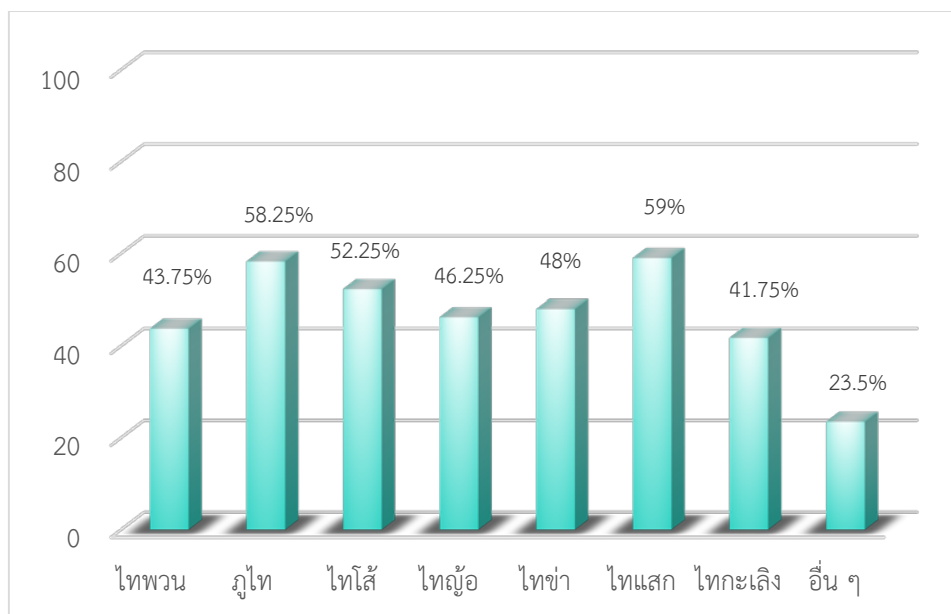
ภาพที่ 4.43 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทพวน)

ตารางที่ 4.79 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทพวน)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไคดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	187	46.75
หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	214	53.50
หมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม	209	52.25
หมู่บ้านไทรย้อย อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	201	50.25
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	192	48.00
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	228	57.00
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	177	44.25
อื่น ๆ	112	28.00
รวม	400	100.00

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.79 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 หมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 หมู่บ้านไทรย้อย อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 หมู่บ้านไคดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 และอื่น ๆ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับดังภาพที่ 4.44



ภาพที่ 4.44 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทพวน)

3) ประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน

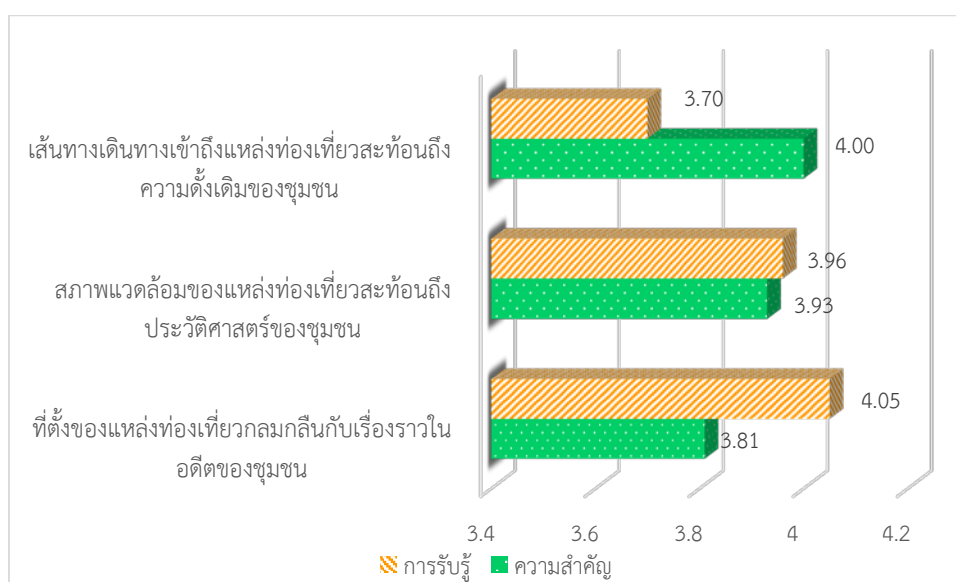
ตารางที่ 4.80 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เต็มใจของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทพวน)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.81	1.01	มาก	4.05	0.90	มาก
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.93	1.02	มาก	3.96	0.96	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	4.00	0.99	มาก	3.70	1.00	มาก
รวม	3.91	0.74	มาก	3.90	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.80 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เต็มใจของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมของแหล่ง

ท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 1.02) และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.45

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.90) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.96) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.00) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.45



ภาพที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทพวน)

ตารางที่ 4.81 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทพวน)

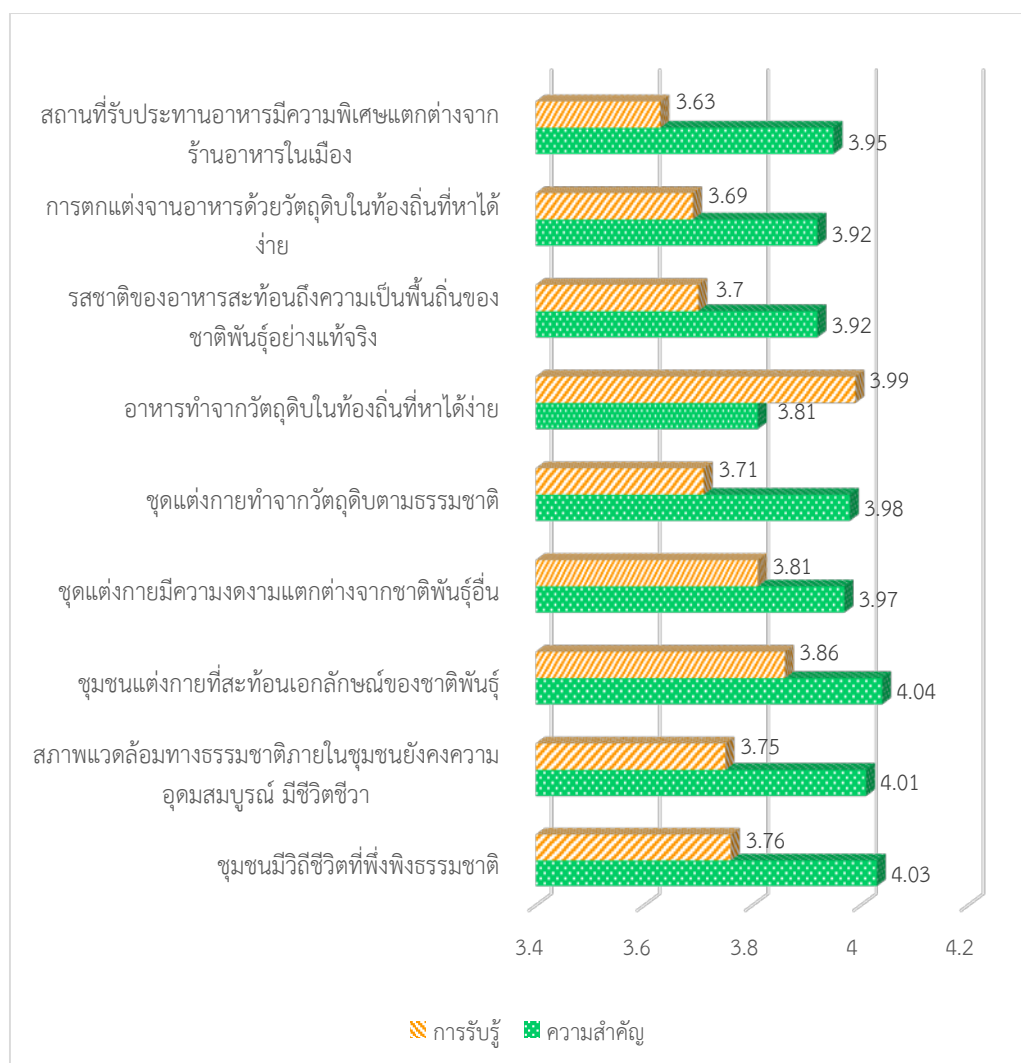
ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	4.03	1.03	มาก	3.76	0.95	มาก
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	4.01	1.03	มาก	3.75	0.98	มาก
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	4.04	0.99	มาก	3.86	1.01	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.97	1.01	มาก	3.81	0.96	มาก

ตารางที่ 4.81 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.98	0.98	มาก	3.71	1.03	มาก
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.81	1.06	มาก	3.99	0.92	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.92	1.03	มาก	3.70	1.03	มาก
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.92	1.00	มาก	3.69	1.01	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.95	0.97	มาก	3.63	0.95	มาก
รวม	3.96	0.71	มาก	3.77	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.81 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 1.13) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 1.03) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 1.03) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.98) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 1.01) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.97) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 1.00) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 1.03) และอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.46

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 1.01) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.96) ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.95) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.98) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.03) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 1.03) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.01) และสถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.46



ภาพที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทพวน)

ตารางที่ 4.82 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทพวน)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.72	1.07	มาก	3.74	0.96	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.70	1.06	มาก	3.83	1.00	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.75	1.04	มาก	3.78	0.97	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.79	1.00	มาก	3.76	0.96	มาก
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.75	0.98	มาก	3.73	0.97	มาก
ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	3.73	1.02	มาก	3.66	1.02	มาก

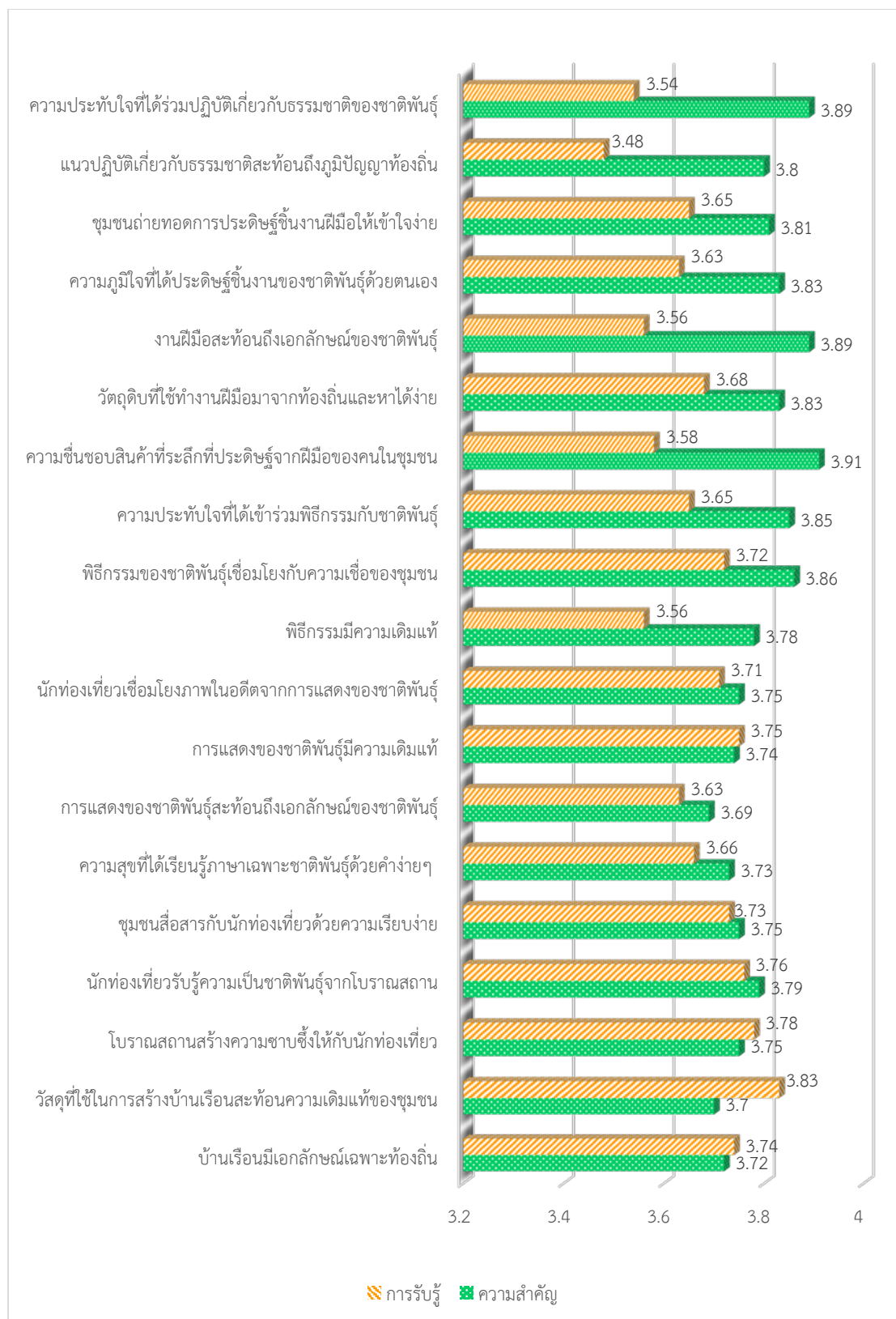
ตารางที่ 4.82 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.69	1.06	มาก	3.63	0.99	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.74	1.03	มาก	3.75	0.95	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.75	1.01	มาก	3.71	0.96	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.78	1.00	มาก	3.56	0.99	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.86	0.98	มาก	3.72	1.34	มาก
ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.85	1.02	มาก	3.65	1.03	มาก
ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.91	1.01	มาก	3.58	1.05	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.83	1.07	มาก	3.68	1.04	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.89	0.95	มาก	3.56	1.02	มาก
ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเอง	3.83	1.01	มาก	3.63	1.06	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.81	1.04	มาก	3.65	1.05	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.80	1.05	มาก	3.48	1.05	มาก
ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	3.89	1.01	มาก	3.54	1.02	มาก
รวม	3.79	0.50	มาก	3.67	0.41	มาก

จากตารางที่ 4.82 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 1.01) รองลงมา คือ งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.95) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 1.01) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.98) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 1.02) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 1.01) วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 1.07) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 1.04) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 1.05) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 1.00) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก

($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.00) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.98) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.01) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.04) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.03) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.02) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.07) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.06) และการแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.06) ดังภาพที่ 4.47

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.97) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.96) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.95) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.96) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.97) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.34) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.96) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.04) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.02) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.03) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.05) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.99) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.06) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.05) พิธีกรรมมีความเดิมแท้ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.99) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.02) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 1.02) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 1.05) ดังภาพที่ 4.47



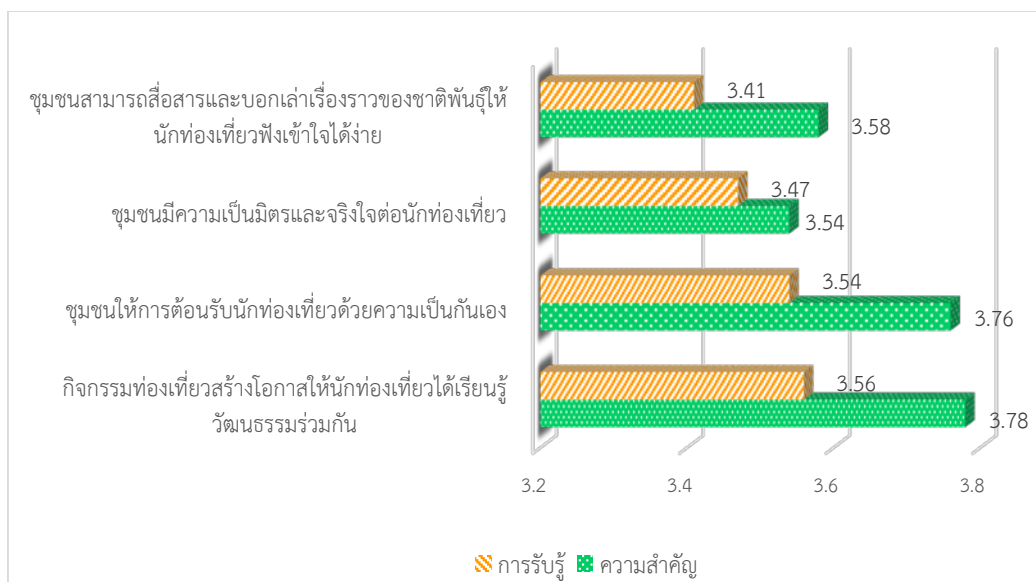
ภาพที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทพวน)

ตารางที่ 4.83 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทพวน)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.78	1.01	มาก	3.56	1.03	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.76	0.97	มาก	3.54	0.97	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.54	1.02	มาก	3.47	0.96	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.58	0.98	มาก	3.41	0.98	มาก
รวม	3.66	0.66	มาก	3.50	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.83 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.01) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.97) ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.98) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 1.02) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.48

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.03) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.97) ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.96) และ ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.48



ภาพที่ 4.48 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทพวน)

4.3.1.3 ไทแสก

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทแสก ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทแสก)

ตารางที่ 4.84 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทแสก)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	219	54.75
หญิง	181	45.25
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	57	14.25
21-30 ปี	116	29.00
31-40 ปี	104	26.00

ตารางที่ 4.84 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
50 ปีขึ้นไป	35	8.75
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	141	35.25
สมรส	91	22.75
หย่าร้าง	86	21.50
หม้าย	82	20.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	68	17.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	61	15.25
ปวส. หรืออนุปริญญา	115	28.75
ปริญญาตรี	130	32.50
สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	42	10.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	49	12.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	211	52.75
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	60	15.00
20,001 บาทขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	101	25.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	74	18.50
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	82	20.50
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	60	15.00
เกษตรกร	51	12.75
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	14	3.50
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	18	4.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.84 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 45.25 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 104 คิดเป็นร้อยละ 26.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 88 คน

คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 หย่าร้าง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และหม้าย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา คือ ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ประถมศึกษา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นมีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

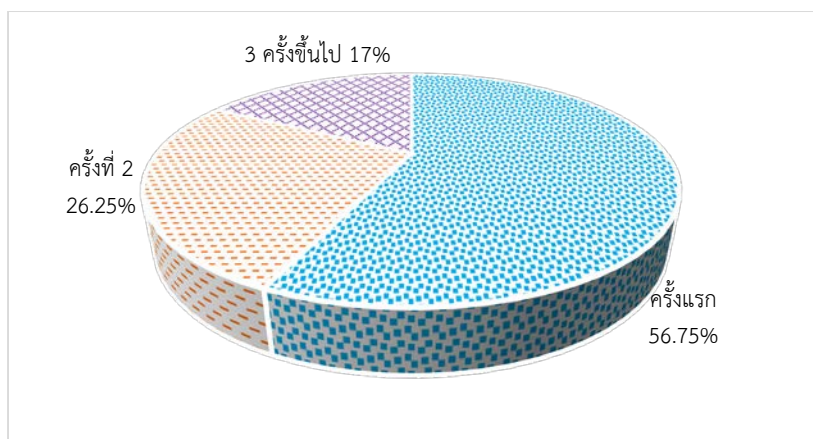
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เกษตรกร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไทแสง)

ตารางที่ 4.85 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสง)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	227	56.75
ครั้งที่ 2	105	26.25
3 ครั้งขึ้นไป	68	17.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.85 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.49

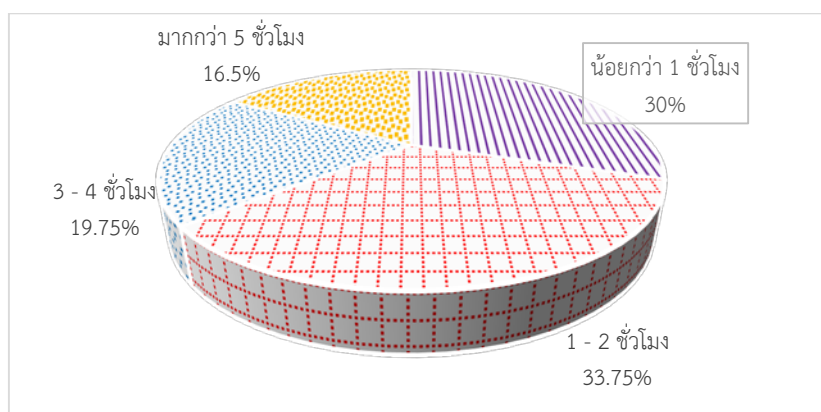


ภาพที่ 4.49 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทแस्क)

ตารางที่ 4.86 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทแस्क)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	120	30.00
1 - 2 ชั่วโมง	135	33.75
3 - 4 ชั่วโมง	79	19.75
มากกว่า 5 ชั่วโมง	66	16.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.86 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.50

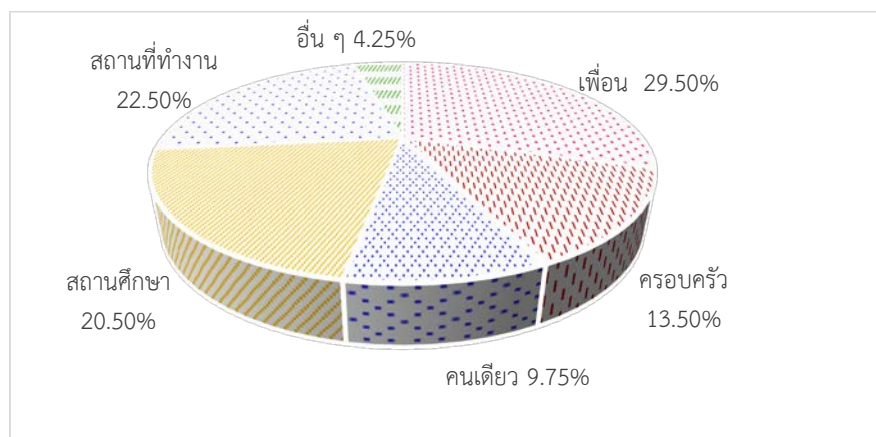


ภาพที่ 4.50 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทแस्क)

ตารางที่ 4.87 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสง)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	118	29.50
ครอบครัว	54	13.50
คนเดียว	39	9.75
สถานศึกษา	82	20.50
สถานที่ทำงาน	90	22.50
อื่น ๆ	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.87 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา คือ สถานที่ทำงาน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 สถานศึกษา จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ครอบครัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 คนเดียว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และอื่น ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.51

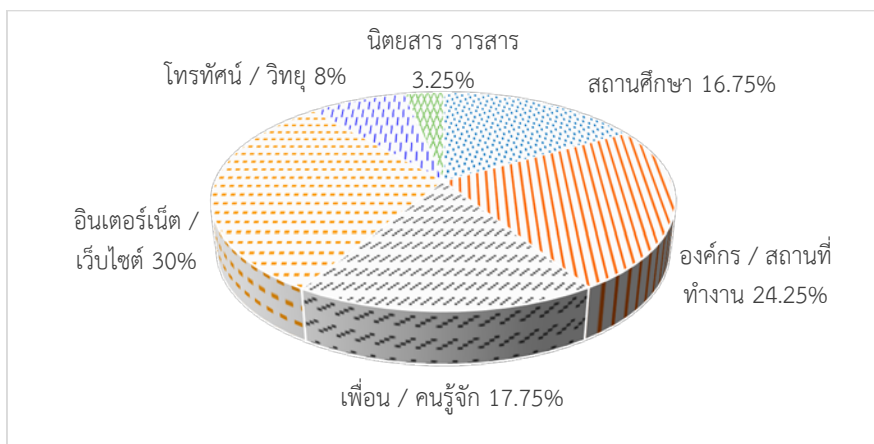


ภาพที่ 4.51 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทแสง)

ตารางที่ 4.88 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทแสง)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	67	16.75
องค์กร / สถานที่ทำงาน	97	24.25
เพื่อน / คนรู้จัก	71	17.75
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	120	30.00
โทรทัศน์ / วิทยุ	32	8.00
นิตยสาร วารสาร	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.88 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ องค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 สถานศึกษา จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 โทรศัพท์ / วิทยุ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และนิตยสาร วารสาร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.52

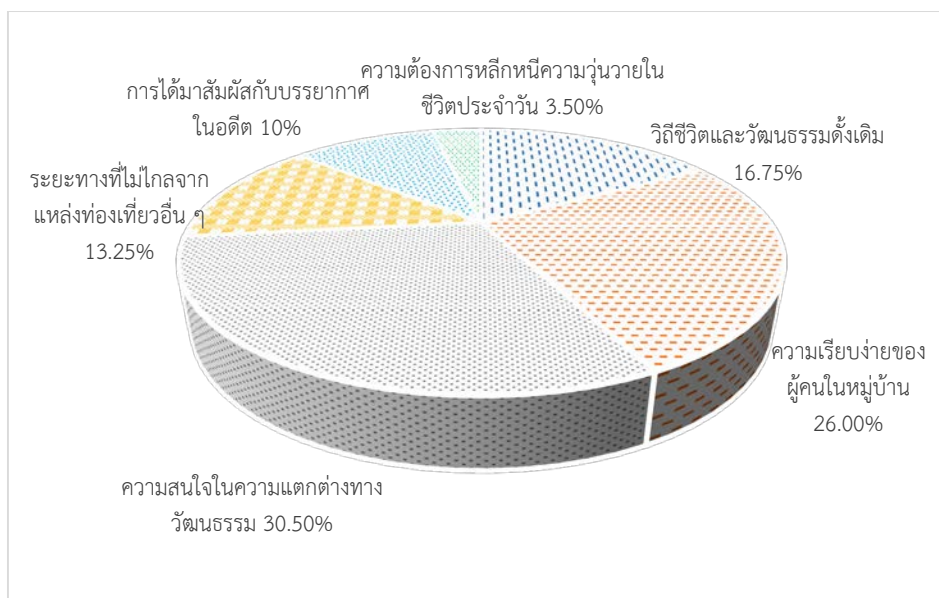


ภาพที่ 4.52 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทแสง)

ตารางที่ 4.89 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทแสง)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	67	16.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	104	26.00
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	122	30.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	53	13.25
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	40	10.00
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.89 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.53



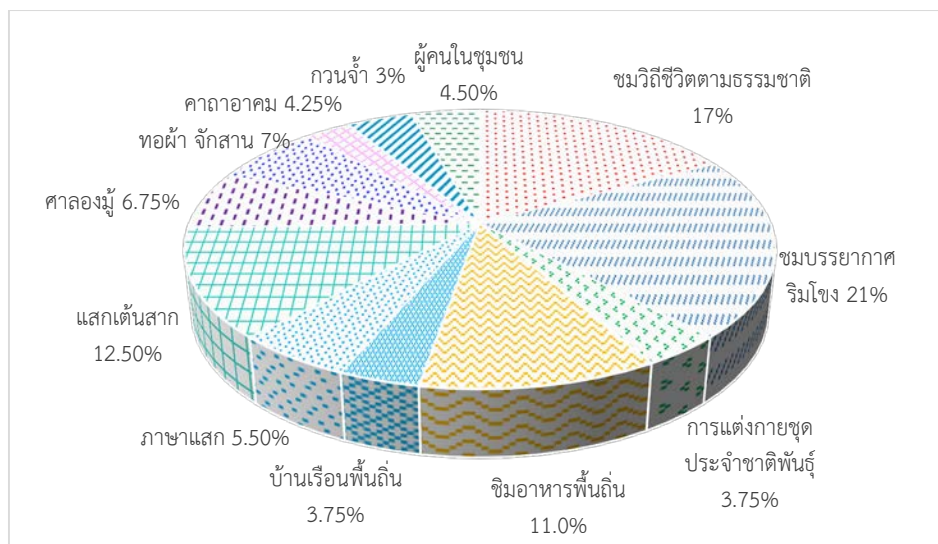
ภาพที่ 4.53 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทแสก)

ตารางที่ 4.90 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทแสก)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	68	17.00
ชมบรรยากาศริมโขง	84	21.00
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	15	3.75
ชิมอาหารพื้นถิ่น	44	11.00
บ้านเรือนพื้นถิ่น	15	3.75
ภาษาไทแสก	22	5.50
แสกเต็นสาก	50	12.50
ศาลอ้งมู้	27	6.75
ทอผ้า จักสาน	28	7.00
กวนจำ	12	3.00
คาถาอาคม	17	4.25
ผู้คนในชุมชน	18	4.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.90 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นชมบรรยากาศริมโขง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา คือ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 แสกเต็นสาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ทอผ้า จักสาน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ศาลอ้งมู้ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ภาษาไทแสก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

ร้อยละ 5.50 ผู้คนในชุมชน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 คาถาอาคม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์และบ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และกวนจ๋า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.54

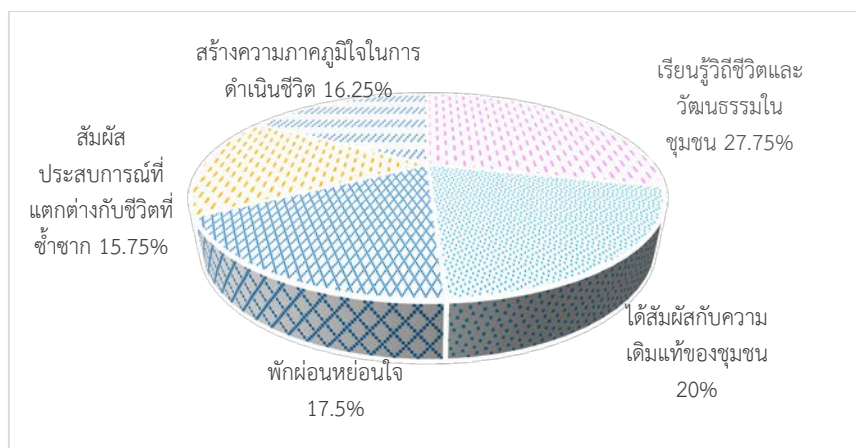


ภาพที่ 4.54 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทแสก)

ตารางที่ 4.91 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทแสก)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	111	27.75
ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน	80	20.00
พักผ่อนหย่อนใจ	70	17.50
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	63	15.75
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	65	16.25
อื่น ๆ	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.91 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวชื่นชอบเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมา คือ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.55

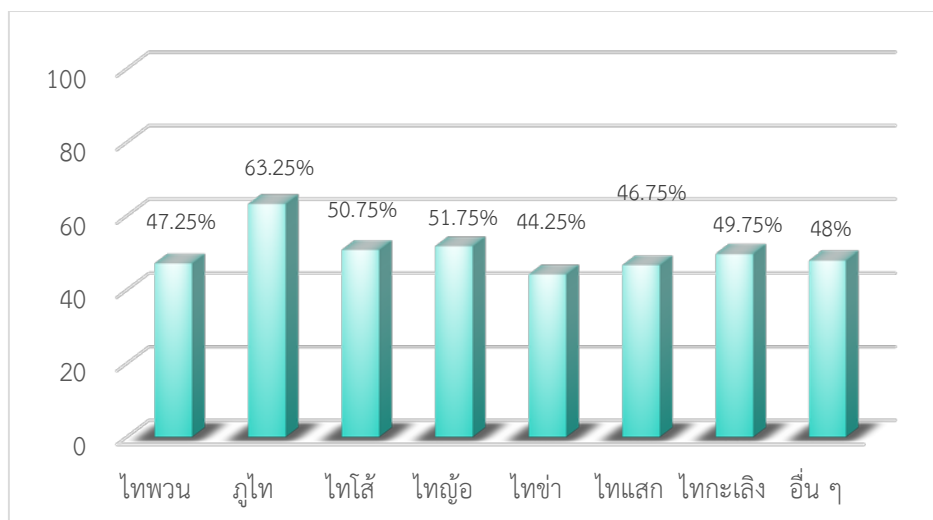


ภาพที่ 4.55 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทแสง)

ตารางที่ 4.92 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทแสง)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	189	47.25
หมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	253	63.25
หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม	203	50.75
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	207	51.75
หมู่บ้านไทซำ อำเภอนาคูพนม จังหวัดนครพนม	177	44.25
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	187	46.75
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	199	49.75
อื่น ๆ	192	48.00
รวม	400	400.00

จากตารางที่ 4.92 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมา คือ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 หมู่บ้านไทดำ อำเภอนาคูพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 และหมู่บ้านไทซำ อำเภอนาคูพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 อื่น ๆ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 หมู่บ้านกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 และหมู่บ้านไทซำ อำเภอนาคูพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.56



ภาพที่ 4.56 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทแสก)

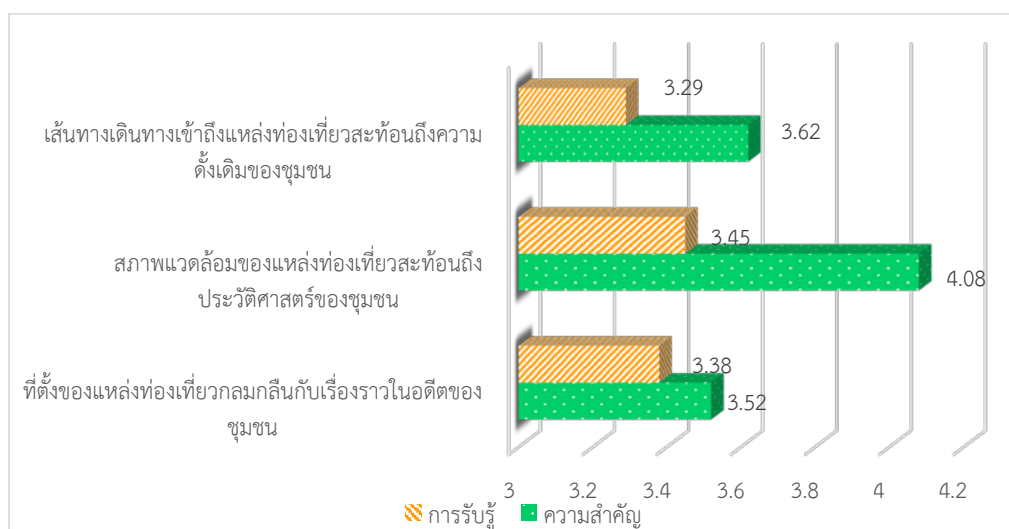
3) ประสพการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก

ตารางที่ 4.93 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทแสก)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.52	0.96	มาก	3.38	0.93	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	4.08	0.84	มาก	3.45	0.91	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.62	1.07	มาก	3.29	0.93	ปานกลาง
รวม	3.84	0.64	มาก	3.28	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.93 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 1.07) และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.57

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.93) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.57



ภาพที่ 4.57 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทแสง)

ตารางที่ 4.94 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทแสง)

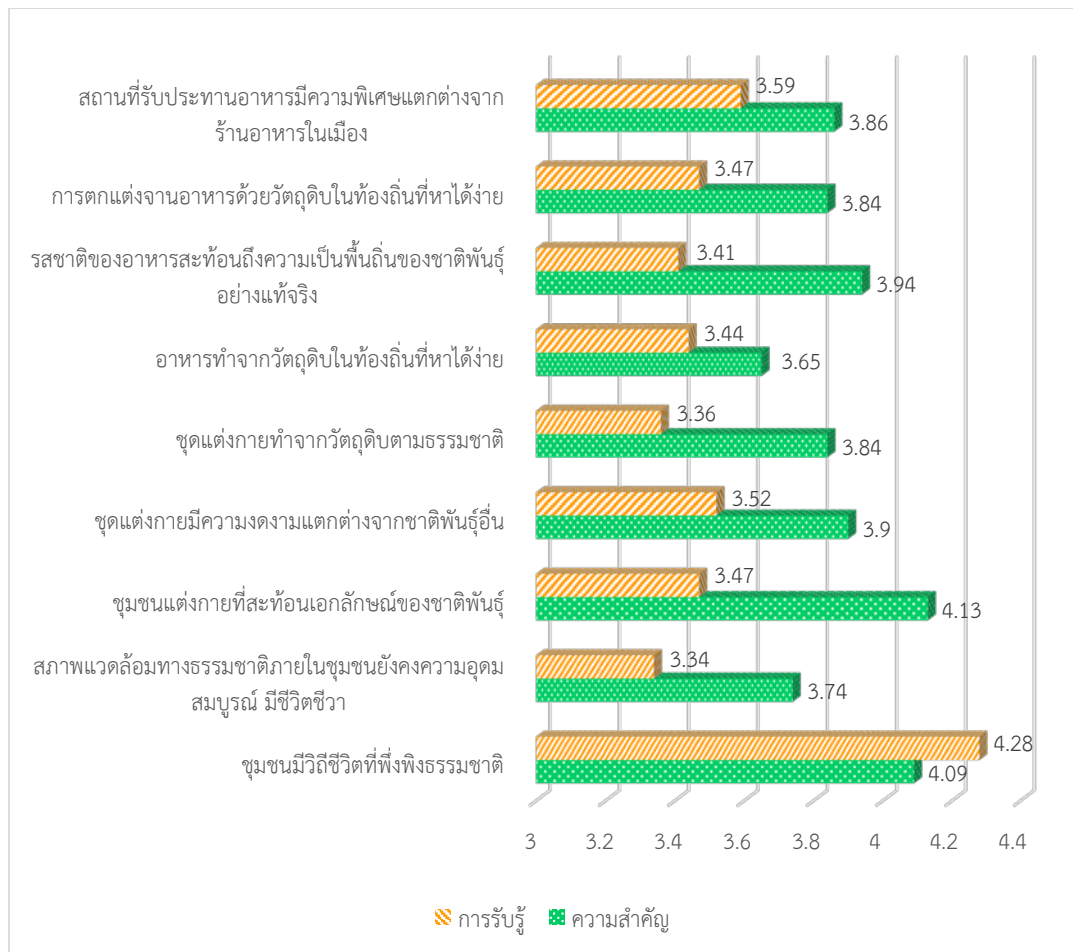
ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	4.09	0.87	มาก	4.28	0.68	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.74	1.08	มาก	3.34	1.01	ปานกลาง
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	4.13	0.78	มาก	3.47	1.02	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.90	0.91	มาก	3.52	0.95	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.84	0.88	มาก	3.36	0.98	ปานกลาง
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.65	1.03	มาก	3.44	0.92	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.94	0.90	มาก	3.41	1.03	มาก

ตารางที่ 4.94 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.84	0.96	มาก	3.47	1.01	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.86	0.94	มาก	3.59	0.97	มาก
รวม	3.88	0.56	มาก	3.19	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.94 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.87) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.90) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.91) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.94) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.88) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.96) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.08) และอาหารทำจากวัตถุดิบในห้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.58

ส่วนระดับการรับรู้ต่อการประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.19$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 0.97) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 0.95) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.01) ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.02) อาหารทำจากวัตถุดิบในห้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.92) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 1.03) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.98) และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.58



ภาพที่ 4.58 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทแสก)

ตารางที่ 4.95 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	4.08	0.85	มาก	3.47	1.08	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.82	0.91	มาก	3.53	1.09	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.91	0.93	มาก	3.69	1.05	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.85	0.90	มาก	3.56	1.04	มาก
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.76	0.93	มาก	3.74	1.01	มาก
นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	3.71	0.95	มาก	3.70	1.07	มาก

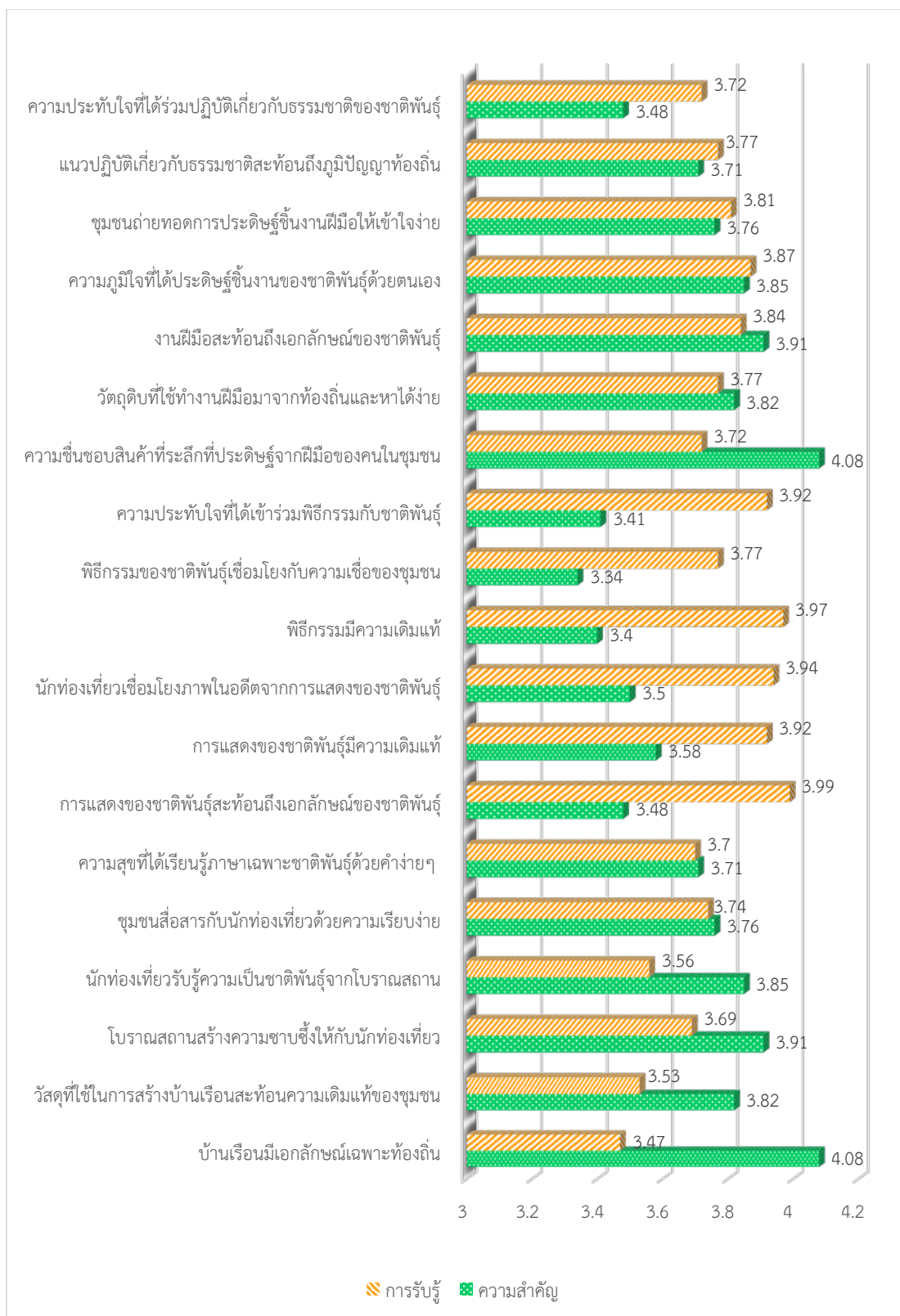
ตารางที่ 4.95 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.48	1.01	มาก	3.99	0.99	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.58	0.93	มาก	3.92	1.04	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.50	0.89	มาก	3.94	1.06	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.40	0.94	ปานกลาง	3.97	1.04	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.34	0.95	ปานกลาง	3.77	1.01	มาก
นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.41	1.00	มาก	3.92	1.05	มาก
นักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	4.08	0.85	มาก	3.72	1.10	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.82	0.91	มาก	3.77	1.06	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.91	0.93	มาก	3.84	1.06	มาก
นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง	3.85	0.90	มาก	3.87	1.03	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.76	0.93	มาก	3.81	1.12	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.71	0.94	มาก	3.77	1.05	มาก
ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์	3.48	1.01	มาก	3.72	1.04	มาก
รวม	3.67	0.50	มาก	3.24	0.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.95 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวและงานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.93) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์และนักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.90) วัสดุที่ใช้ในการสร้าง

บ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนและวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.91) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายและชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.93) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.94) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.95) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.93) นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.89) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์และความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 1.01) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 1.00) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.98) และพิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.59

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ พิธีกรรมมีความเดิมแท้รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.04) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 1.06) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 1.04) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 1.05) นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 1.03) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 1.06) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.12) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.01) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.05) วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.06) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.01) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.07) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.05) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.04) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.09) และบ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.59



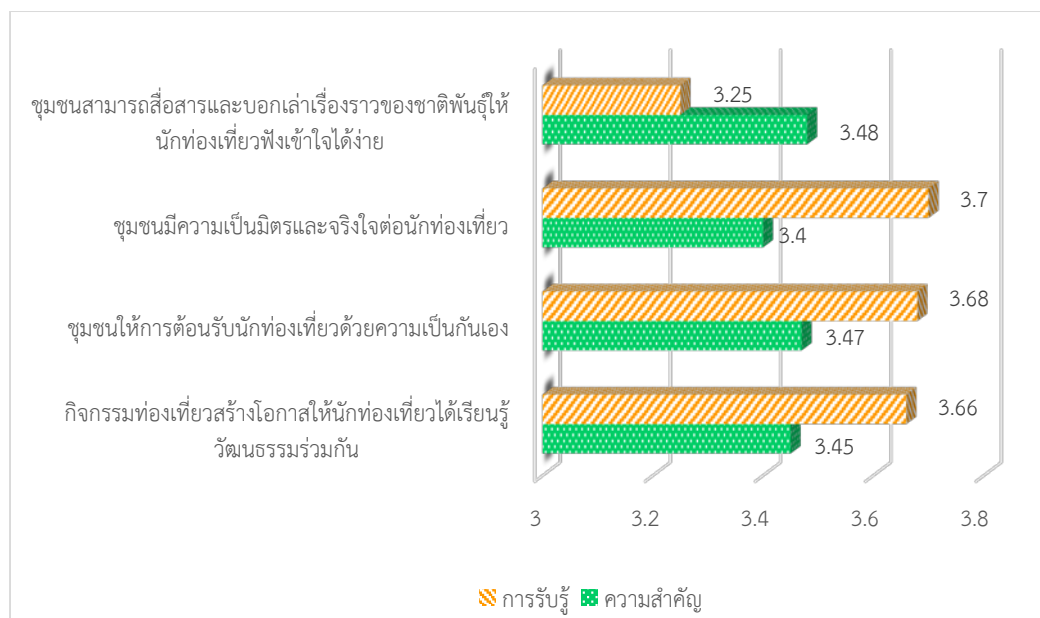
ภาพที่ 4.59 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทแสก)

ตารางที่ 4.96 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทแสง)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.45	0.92	มาก	3.66	1.05	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.47	0.83	มาก	3.68	1.08	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.40	0.86	ปานกลาง	3.70	0.95	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.48	0.82	มาก	3.25	1.03	ปานกลาง
รวม	3.44	0.58	มาก	3.08	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.96 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.82) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.83) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.92) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.60

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.08) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.05) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.60



ภาพที่ 4.60 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทแสง)

4.3.1.4 ไทกะเลิง

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทกะเลิง ตำบลโนนก่อ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.97 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทกะเลิง)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	192	48.00
หญิง	208	52.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	110	27.50
21-30 ปี	131	32.75
31-40 ปี	73	18.25
41-50 ปี	72	18.00
50 ปีขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.97 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	151	37.75
สมรส	190	47.50
หย่าร้าง	29	7.25
หม้าย	30	7.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	77	19.25
มัธยมศึกษา / ปวช.	93	23.25
ปวส. หรืออนุปริญญา	73	18.25
ปริญญาตรี	100	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	57	14.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	50	12.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	45	11.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	176	44.00
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	106	26.50
20,001 บาทขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	100	25.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	76	19.00
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	79	19.75
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	68	17.00
เกษตรกร	30	7.50
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	19	4.75
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	18	4.50
อื่นๆ	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.97 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 192 คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 110 คิดเป็นร้อยละ 27.50 อายุ

31-40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 41-50 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรส จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา คือ โสด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 หม้าย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และหย่าร้าง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ประถมศึกษา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

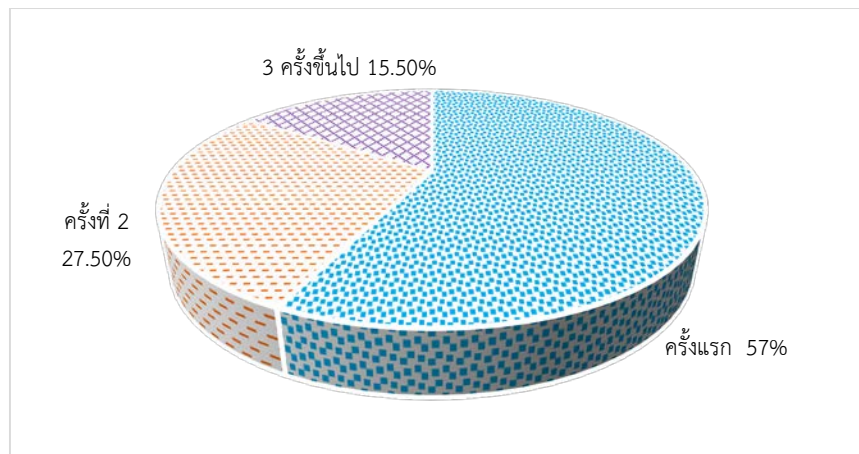
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เกษตรกร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน 2.50 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.98 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	228	57.00
ครั้งที่ 2	110	27.50
3 ครั้งขึ้นไป	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.98 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.61

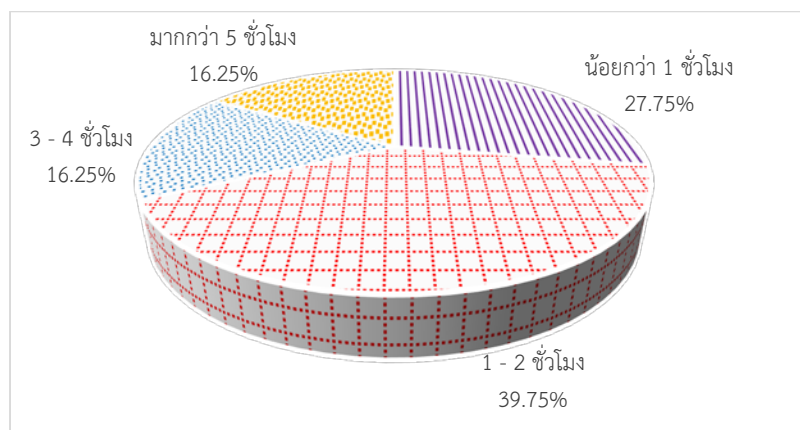


ภาพที่ 4.61 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.99 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	111	27.75
1 - 2 ชั่วโมง	159	39.75
3 - 4 ชั่วโมง	65	16.25
มากกว่า 5 ชั่วโมง	65	16.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.99 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และใช้เวลา 3 - 4 ชั่วโมง และมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.62

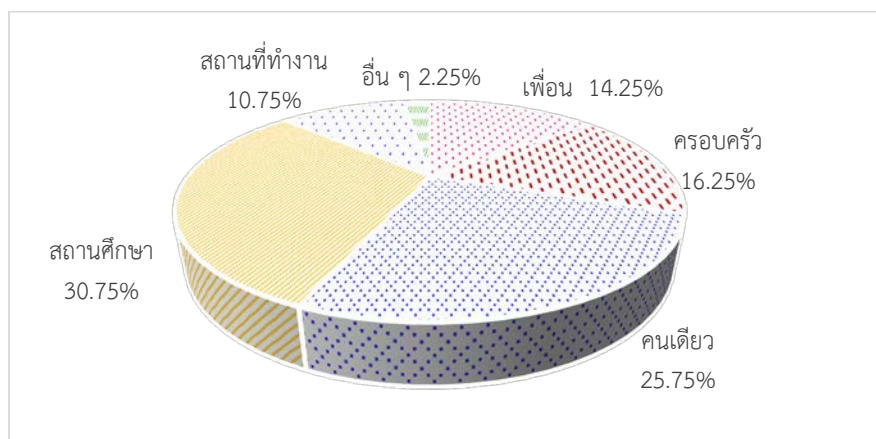


ภาพที่ 4.62 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.100 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	57	14.25
ครอบครัว	65	16.25
คนเดียว	103	25.75
สถานศึกษา	123	30.75
สถานที่ทำงาน	43	10.75
อื่น ๆ	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.100 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นสถานศึกษา จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา คือ คนเดียว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ครอบครัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 เพื่อน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 สถานที่ทำงาน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.63

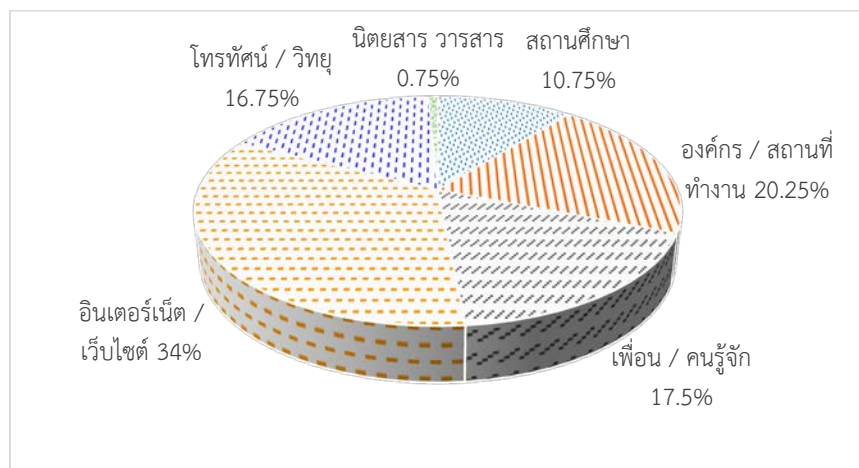


ภาพที่ 4.63 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.101 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	43	10.75
องค์กร/ สถานที่ทำงาน	81	20.25
เพื่อน/ คนรู้จัก	70	17.50
อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	136	34.00
โทรทัศน์/ วิทยุ	67	16.75
นิตยสาร วารสาร	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.101 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา คือ องค์กร / สถานที่ทำงานจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 เพื่อน / คนรู้จักจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 โทรศัพท์ / วิทยุจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 สถานศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และนิตยสารวารสาร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.64



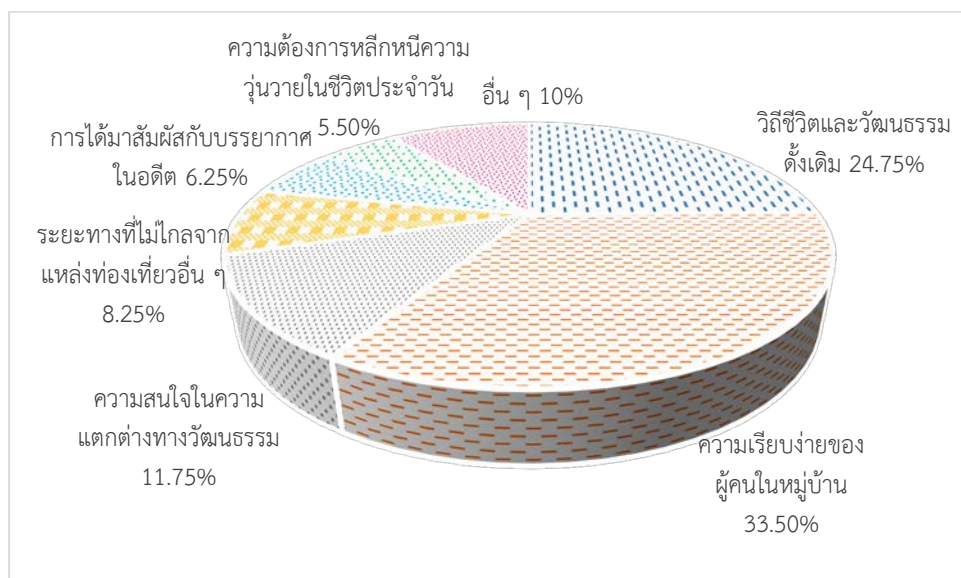
ภาพที่ 4.64 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.102 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	99	24.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	134	33.50
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	47	11.75
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	33	8.25
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	25	6.25
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	22	5.50
อื่น ๆ	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.102 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 อื่นๆ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 การได้มาสัมผัสกับ

บรรยากาศในอดีต จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.65



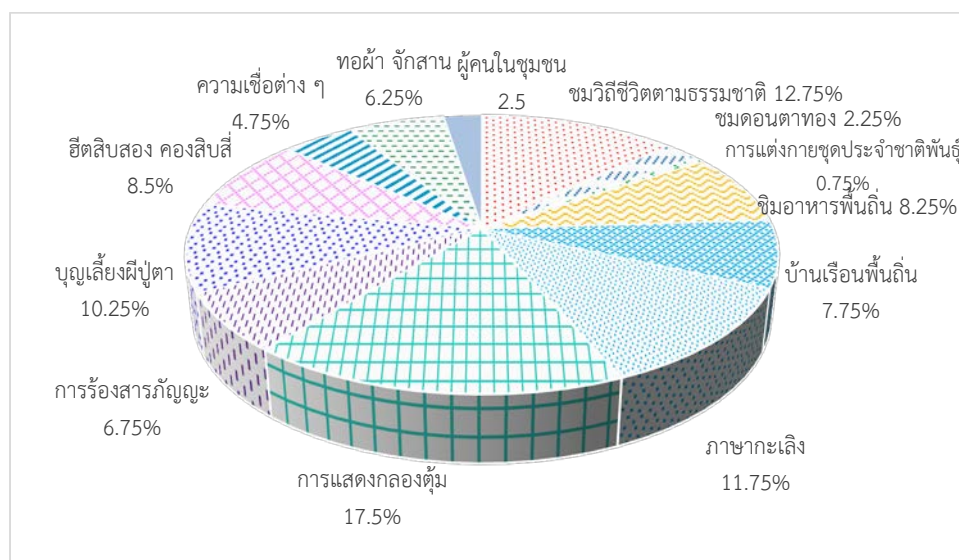
ภาพที่ 4.65 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไททะเล)

ตารางที่ 4.103 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไททะเล)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	51	12.75
ชมคอนตาทอง	9	2.25
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	3	0.75
ชิมอาหารพื้นถิ่น	33	8.25
บ้านเรือนพื้นถิ่น	31	7.75
ภาษาไททะเล	47	11.75
การแสดงกลองต๋ม	70	17.50
การร้องสารภัญญะ	27	6.75
บุญเลี้ยงผีปู่ตา	41	10.25
ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	34	8.50
ความเชื่อต่าง ๆ	19	4.75
ทอผ้า จักสาน	25	6.25
ผู้คนในชุมชน	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.103 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นการแสดงกลองต๋ม จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รองลงมา คือ ชมวิถี

ชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ภาษาไทกะเลิง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 บุญเลี้ยงผีปู่ตา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 การร้องสารภัญญะ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ทอผ้า จักสาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ความเชื่อต่าง ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ผู้คนในชุมชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ชมดอนตาทอง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และการแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.66



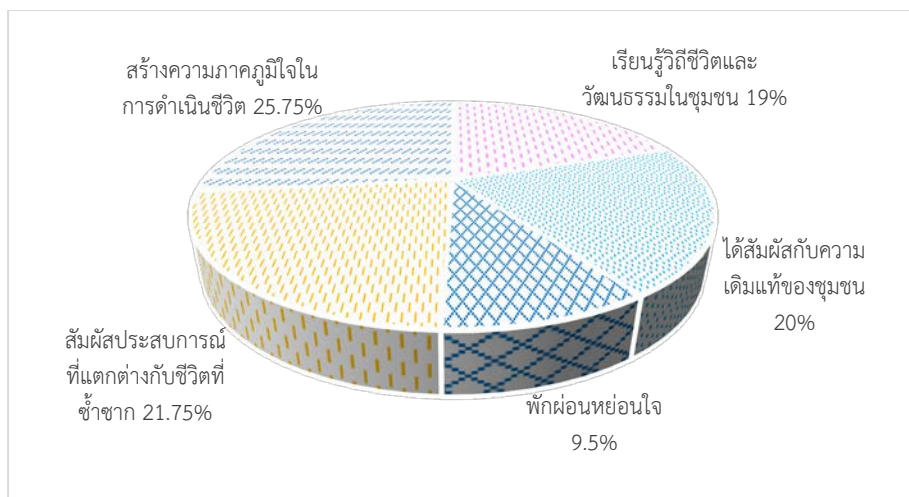
ภาพที่ 4.66 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.104 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	76	19.00
ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน	80	20.00
พักผ่อนหย่อนใจ	38	9.50
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	87	21.75
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	103	25.75
อื่น ๆ	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.104 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวชื่นชอบเป็นสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมา คือ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ได้สัมผัสกับ

ความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.67



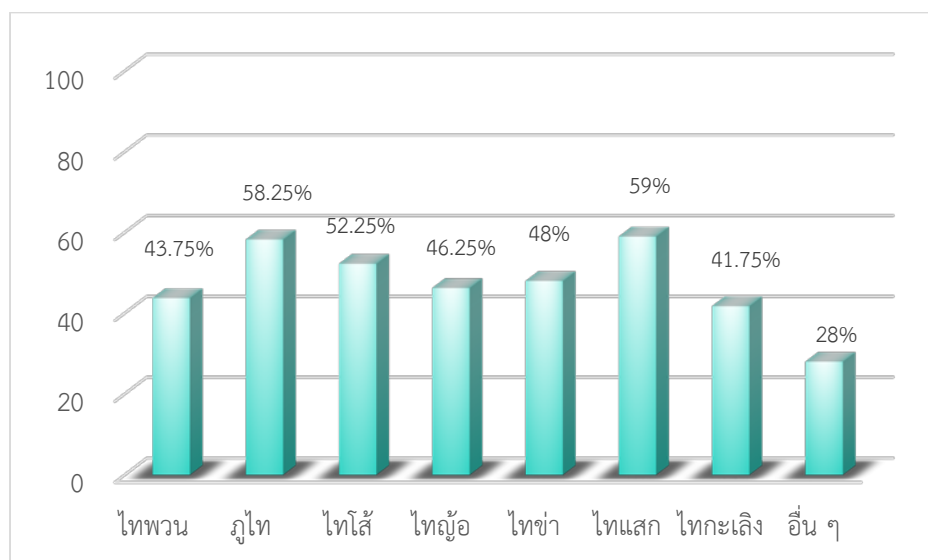
ภาพที่ 4.67 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.105 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทกะเลิง)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	166	41.50
หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	234	58.50
หมู่บ้านไทโส อำเภอโพธิ์สวรค์ จังหวัดนครพนม	171	42.75
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	222	55.50
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	173	43.25
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	220	55.00
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	210	52.50
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	187	46.75
อื่น ๆ	112	28.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.105 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา คือ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 หมู่บ้าน

ไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 หมู่บ้านไผ่ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 หมู่บ้านไผ่ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 หมู่บ้านไผ่ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และอื่น ๆ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.68



ภาพที่ 4.68 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทกะเลิง)

3) ประสิทธิภาพด้านความเต็มแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง

ตารางที่ 4.106 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เต็มแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทกะเลิง)

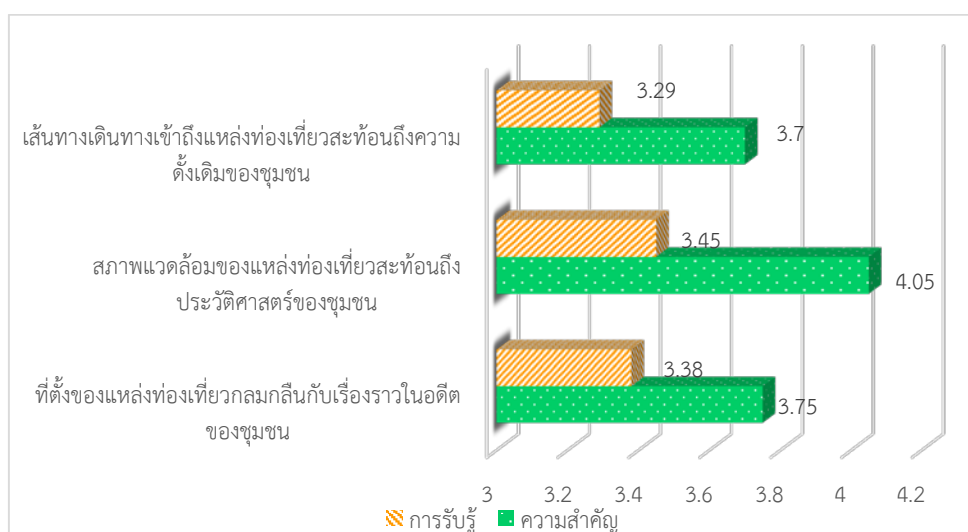
พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.75	1.02	มาก	3.38	0.93	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	4.05	0.84	มาก	3.45	0.91	มาก

ตารางที่ 4.106 (ต่อ)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.70	1.08	มาก	3.29	0.93	ปานกลาง
รวม	3.83	0.65	มาก	3.28	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.106 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 1.02) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.69

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.93) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.69



ภาพที่ 4.69 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทกะเลิง)

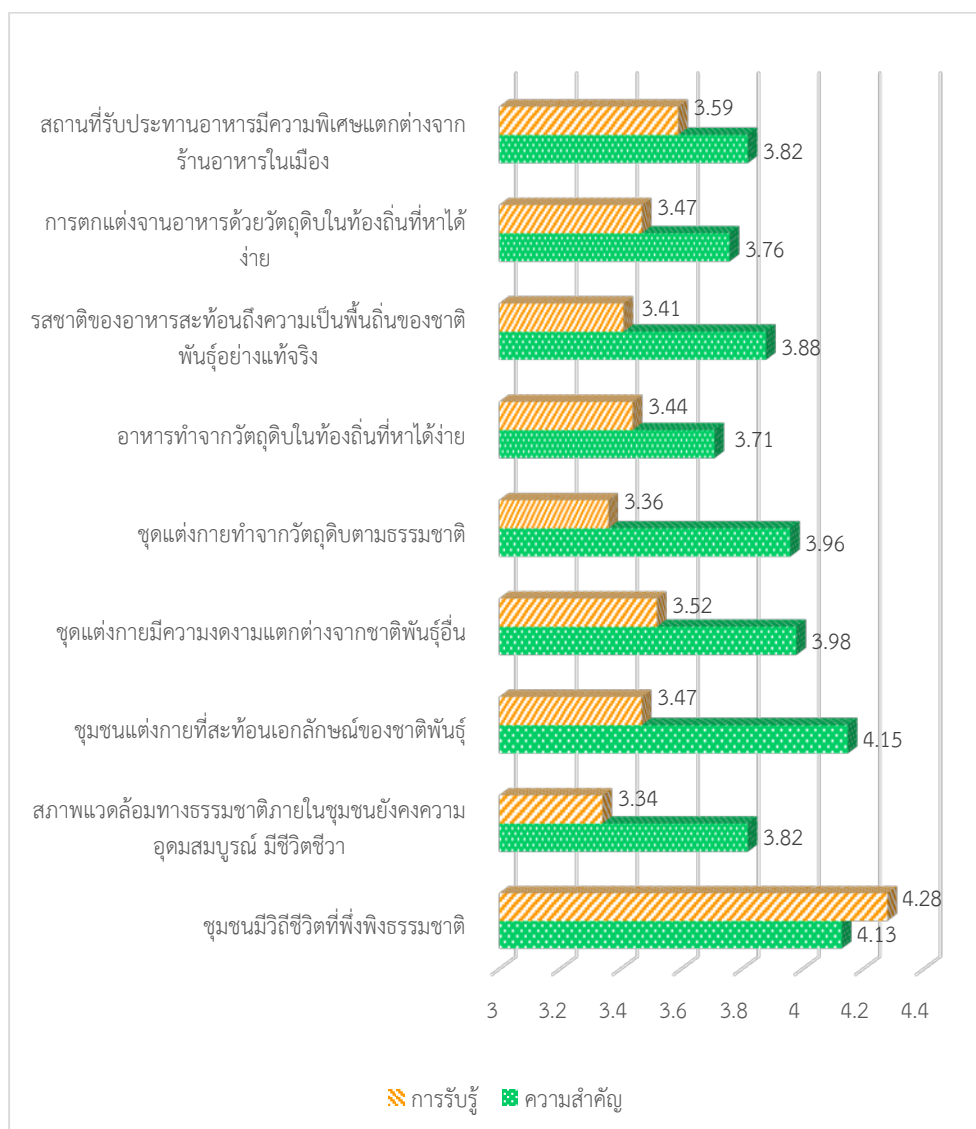
ตารางที่ 4.107 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทกะเลิง)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	4.13	0.82	มาก	4.28	0.69	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.82	1.08	มาก	3.34	1.01	ปานกลาง
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	4.15	0.75	มาก	3.47	1.02	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.98	0.89	มาก	3.52	0.95	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.96	0.89	มาก	3.36	0.99	ปานกลาง
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.71	1.04	มาก	3.44	0.92	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.88	0.94	มาก	3.41	1.03	มาก
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.76	0.99	มาก	3.47	1.01	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.82	0.94	มาก	3.59	0.97	มาก
รวม	3.83	0.64	มาก	3.19	0.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.107 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายสะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.82) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.89) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.89) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.94) สถานที่รับประทานอาหารพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.94) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 1.08) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) และอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 1.04) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.70

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.97) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$,

S.D. = 0.95) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.01) ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.02) อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.92) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 1.03) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.99) และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.70



ภาพที่ 4.70 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทกะเลิง)

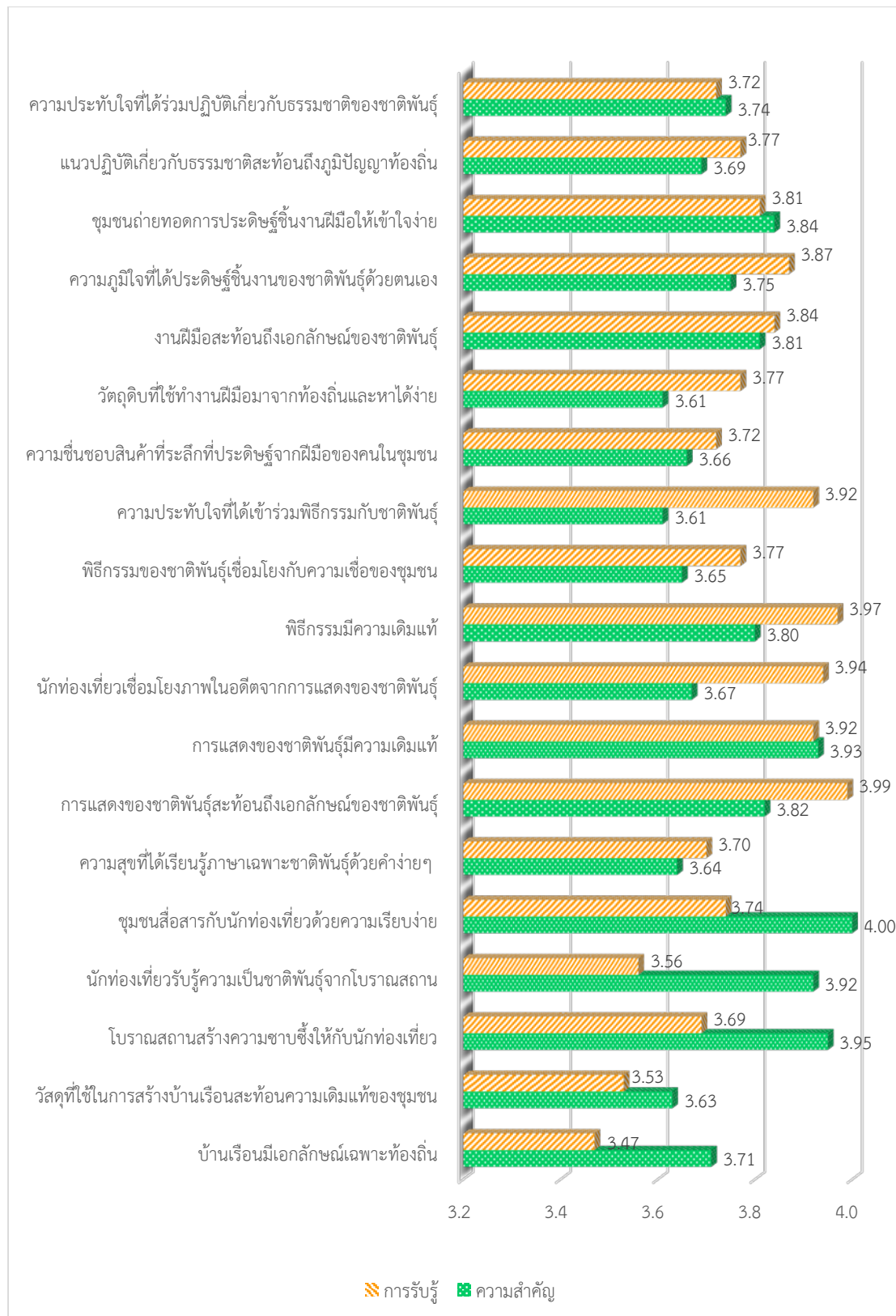
ตารางที่ 4.108 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทกะเลิง)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.71	0.96	มาก	3.47	1.08	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.63	0.97	มาก	3.53	1.09	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.95	0.97	มาก	3.69	1.05	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.92	0.94	มาก	3.56	1.04	มาก
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	4.00	0.85	มาก	3.74	1.01	มาก
นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	3.64	0.91	มาก	3.70	1.07	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนเอกลักษณ์	3.82	0.94	มาก	3.99	0.99	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.93	0.90	มาก	3.92	1.04	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.67	0.94	มาก	3.94	1.06	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.80	0.93	มาก	3.97	1.04	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.65	0.98	มาก	3.77	1.01	มาก
นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.61	0.97	มาก	3.92	1.05	มาก
นักท่องเที่ยวชื่นชมสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.66	0.95	มาก	3.72	1.10	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.61	1.04	มาก	3.77	1.06	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.81	0.93	มาก	3.84	1.06	มาก
นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง	3.75	0.98	มาก	3.87	1.03	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือเข้าใจง่าย	3.84	1.00	มาก	3.81	1.12	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.69	1.03	มาก	3.77	1.05	มาก
ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์	3.74	1.00	มาก	3.72	1.04	มาก
รวม	3.76	0.33	มาก	3.24	0.24	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.108 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ โบราณสถานสร้างความ

ซาบซึ่งให้กับนักท่องเที่ยวในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.97) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.90) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.94) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 1.00) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.94) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.93) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.93) นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.98) ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.00) นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.94) นักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.95) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.98) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.91) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.97) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.97) และวัตถุดิบที่ใช้ทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.04) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.71

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ พิธีกรรมมีความเดิมแท้รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.04) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 1.06) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 1.04) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 1.05) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 1.06) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.12) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.01) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.05) วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 1.06) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.01) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.07) โบราณสถานสร้างความซาบซึ่งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.05) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.04) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.09) และบ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.71



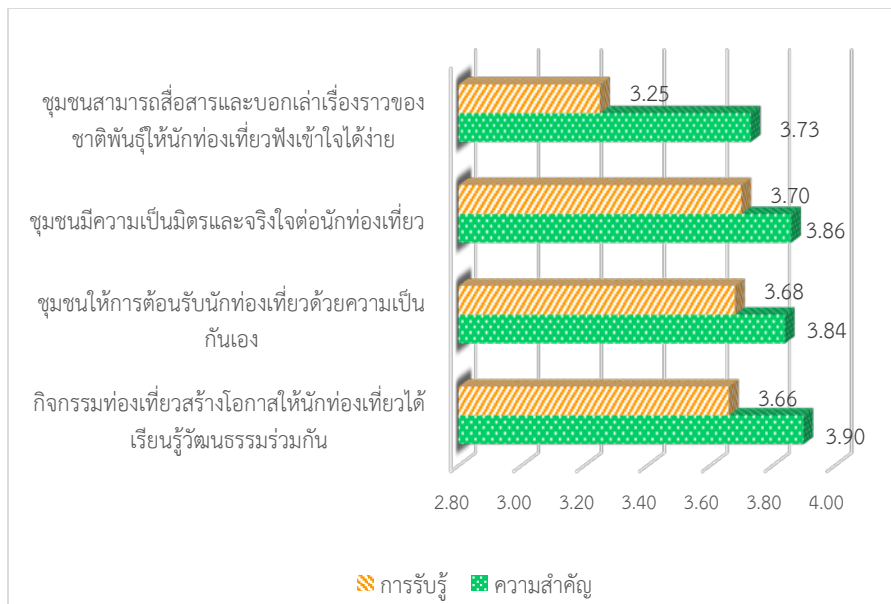
ภาพที่ 4.71 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทกะเลิง)

ตารางที่ 4.109 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทกะเลิง)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.90	0.92	มาก	3.66	1.05	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.84	0.92	มาก	3.68	1.08	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.86	0.89	มาก	3.70	0.95	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.73	0.88	มาก	3.25	1.03	ปานกลาง
รวม	3.41	0.54	มาก	3.08	0.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.109 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.89) ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.92) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.72

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 1.08) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.05) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.72



ภาพที่ 4.72 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทกะเลิง)

4.3.1.5 ไทซ่า

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทซ่า ตำบลอุ่มหม้าย อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทซ่า)

ตารางที่ 4.110 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทซ่า)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	44.00
หญิง	224	56.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	89	22.25
21-30 ปี	103	25.75
31-40 ปี	106	26.50
41-50 ปี	70	17.50
50 ปีขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.110 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	200	50.00
สมรส	96	24.00
หย่าร้าง	56	14.00
หม้าย	48	12.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	64	16.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	80	20.00
ปวส. หรืออนุปริญญา	120	30.00
ปริญญาตรี	113	28.25
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	52	13.00
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	53	13.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	152	38.00
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	112	28.00
20,001 บาทขึ้นไป	31	7.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	115	28.75
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	84	21.00
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	38	9.50
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	72	18.00
เกษตรกร	32	8.00
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	26	6.50
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	21	5.25
อื่น ๆ	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.110 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ
 อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีจำนวน

89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 อายุ 41-50 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 หย่าร้าง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และหม้าย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 28.25 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ประถมศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

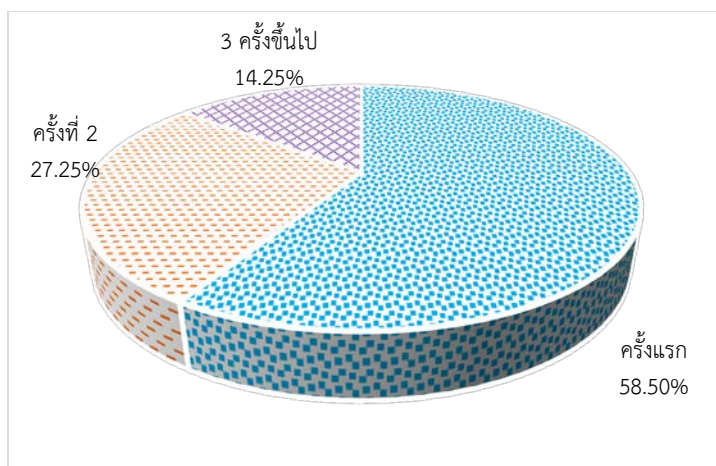
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษาจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมา คือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 เกษตรกร จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และอื่นๆ จำนวน 12 คน 3.00 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

ตารางที่ 4.111 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	234	58.50
ครั้งที่ 2	109	27.25
3 ครั้งขึ้นไป	57	14.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.111 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.73

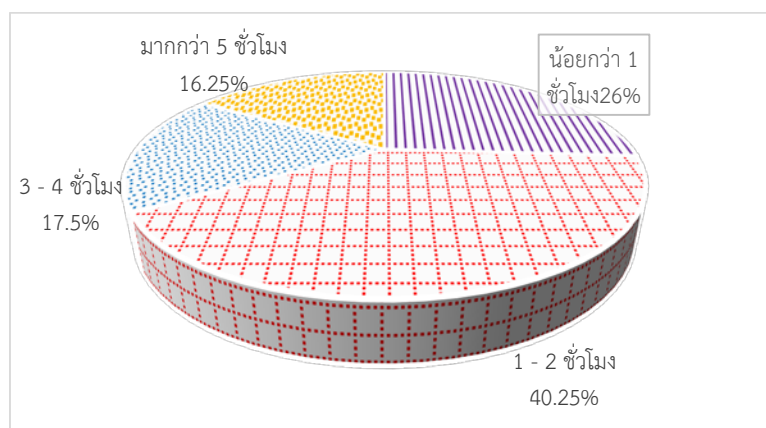


ภาพที่ 4.73 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทซา)

ตารางที่ 4.112 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทซา)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	104	26.00
1 - 2 ชั่วโมง	161	40.25
3 - 4 ชั่วโมง	70	17.50
มากกว่า 5 ชั่วโมง	65	16.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.112 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และใช้เวลา 3 - 4 ชั่วโมงและมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.74

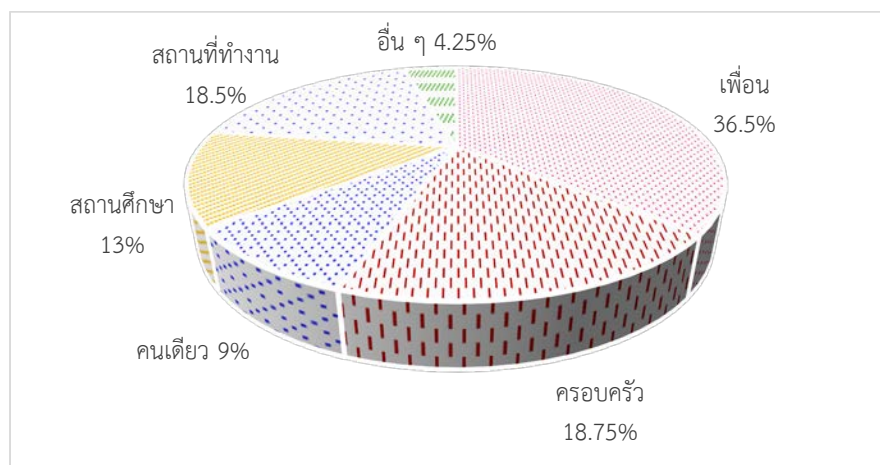


ภาพที่ 4.74 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทซา)

ตารางที่ 4.113 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทซา)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	146	36.50
ครอบครัว	75	18.75
คนเดียว	36	9.00
สถานศึกษา	52	13.00
สถานที่ทำงาน	74	18.50
อื่น ๆ	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.113 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 สถานที่ทำงาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 สถานศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 คนเดียว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และอื่น ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.75



ภาพที่ 4.75 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทซา)

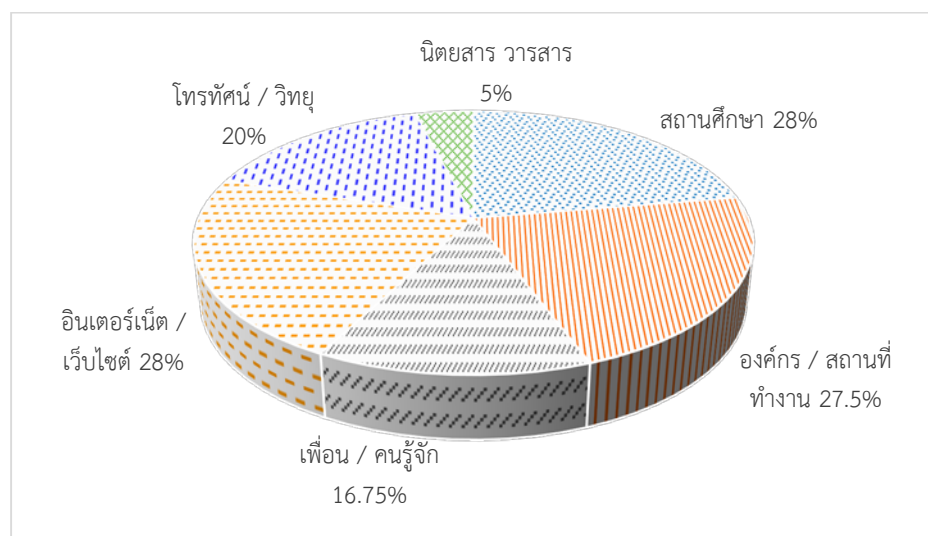
ตารางที่ 4.114 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทซา)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	112	28.00
องค์กร / สถานที่ทำงาน	110	27.50
เพื่อน / คนรู้จัก	67	16.75
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	112	28.00
โทรทัศน์ / วิทยุ	80	20.00

ตารางที่ 4.114 (ต่อ)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร วารสาร	20	5.00
อื่น ๆ	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.114 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสถานศึกษาและอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ องค์กร/ สถานที่ทำงาน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 โทรศัพท์ / วิทู จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 โทรศัพท์ / วิทู จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 นิตยสาร วารสาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.76

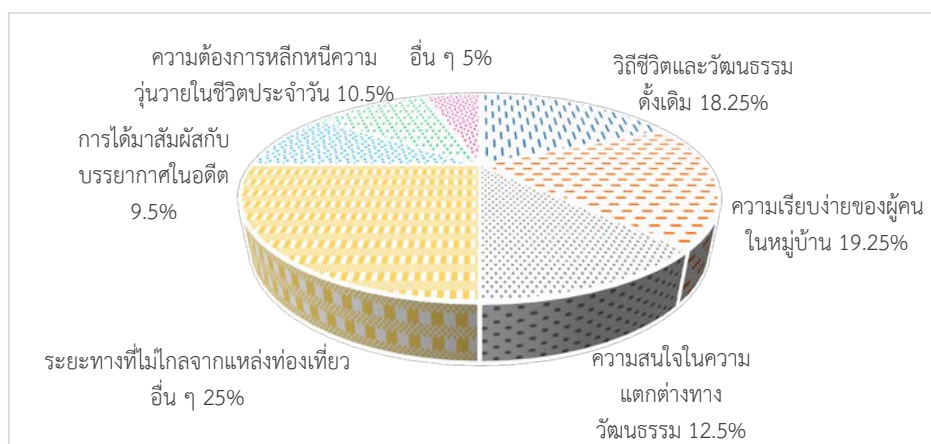


ภาพที่ 4.76 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

ตารางที่ 4.115 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	73	18.25
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	77	19.25
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	50	12.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	100	25.00
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	38	9.50
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	42	10.50
อื่น ๆ	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.115 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.77

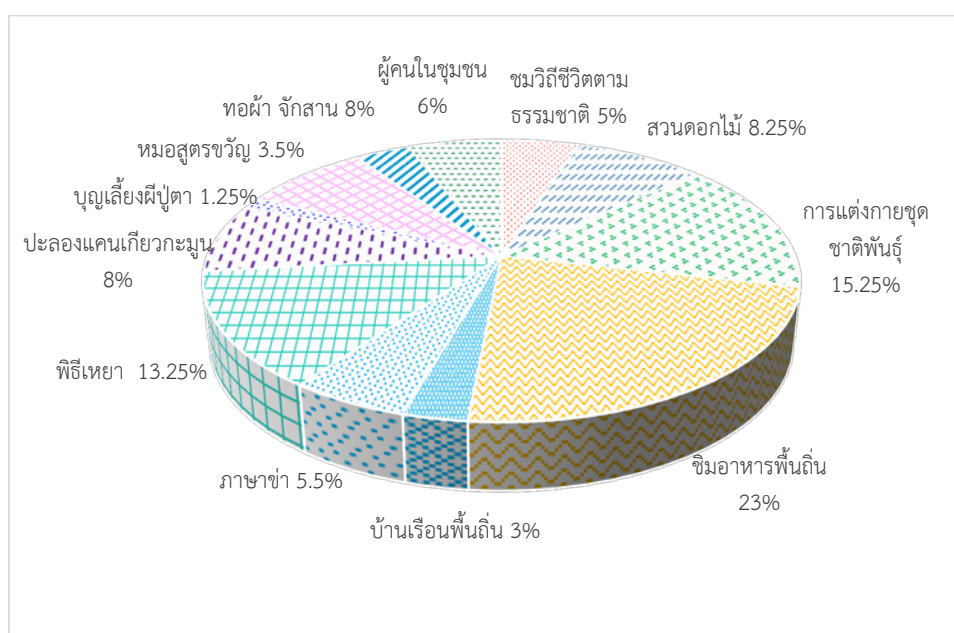


ภาพที่ 4.77 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไท่ซ่า)

ตารางที่ 4.116 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไท่ซ่า)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	20	5.00
สวนดอกไม้	33	8.25
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	61	15.25
ชิมอาหารพื้นถิ่น	92	23.00
บ้านเรือนพื้นถิ่น	12	3.00
ภาษาไท่ซ่า	22	5.50
พิธีเหยา	53	13.25
ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน)	32	8.00
บุญเลี้ยงผีปู่ตา	5	1.25
ทอผ้า จักสาน	32	8.00
หมอสตรีชวัญ	14	3.50
ผู้คนในชุมชน	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.116 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 พิธีเหยา จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 สวนดอกไม้ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) และทอผ้า จักสาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ผู้คนในชุมชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ภาษาไทข่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 หมอสูตรขวัญ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และบุญเลี้ยงผีปู่ตา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.78

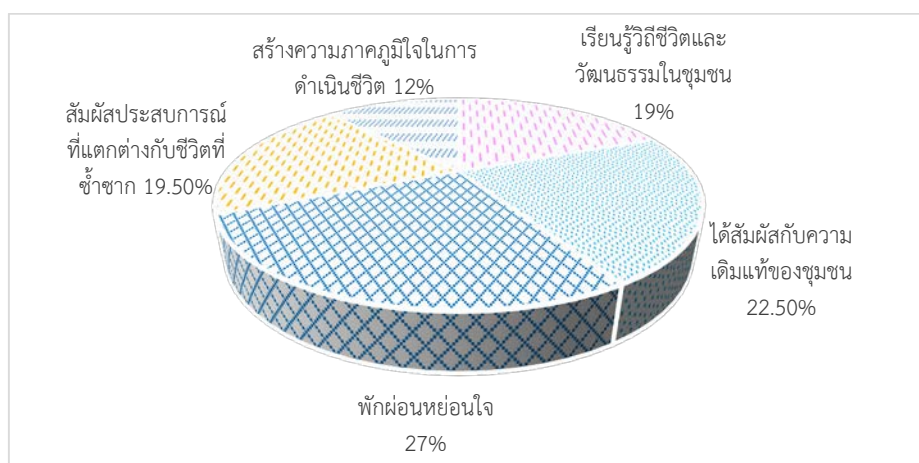


ภาพที่ 4.78 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทข่า)

ตารางที่ 4.117 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทข่า)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	76	19.00
ได้สัมผัสกับความงามแท้ของชุมชน	90	22.50
พักผ่อนหย่อนใจ	108	27.00
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	78	19.50
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	48	12.00
อื่น ๆ	76	19.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.117 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวขึ้นชอบเป็นพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา คือ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ข้าซาก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนและอื่น ๆ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.79



ภาพที่ 4.79 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทข่าว)

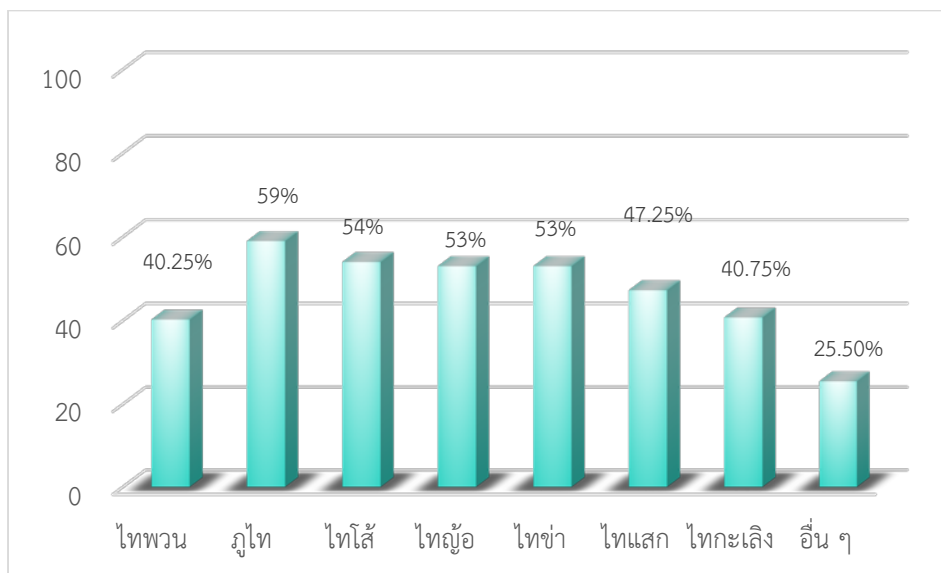
ตารางที่ 4.118 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทข่าว)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	161	40.25
หมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	236	59.00
หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม	216	54.00
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม	212	53.00
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนากะ จังหวัดนครพนม	212	53.00
หมู่บ้านไทแสก อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม	189	47.25
หมู่บ้านไทดำ อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดเลย	163	40.75
อื่น ๆ	102	25.50
รวม	400	100.00

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.118 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือ หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 216 คน คิดเป็น

ร้อยละ 54.50 หมู่บ้านไทร้อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 หมู่บ้านไทแสง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 และอื่น ๆ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.80



ภาพที่ 4.80 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก /เคยไป (ไทข่า)

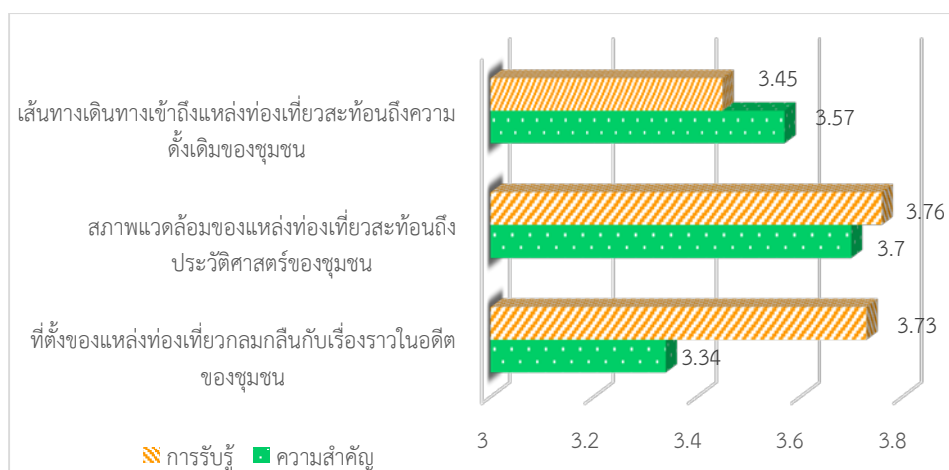
3) ประสพการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า

ตารางที่ 4.119 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทข่า)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.34	1.09	ปานกลาง	3.73	1.01	มาก
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.70	1.00	มาก	3.76	1.05	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.57	1.11	มาก	3.45	1.02	มาก
รวม	3.54	0.68	มาก	3.65	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.119 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.11) และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.09) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.81

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.05) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.01) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.02) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.81



ภาพที่ 4.81 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไท่ฮา)

ตารางที่ 4.120 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไท่ฮา)

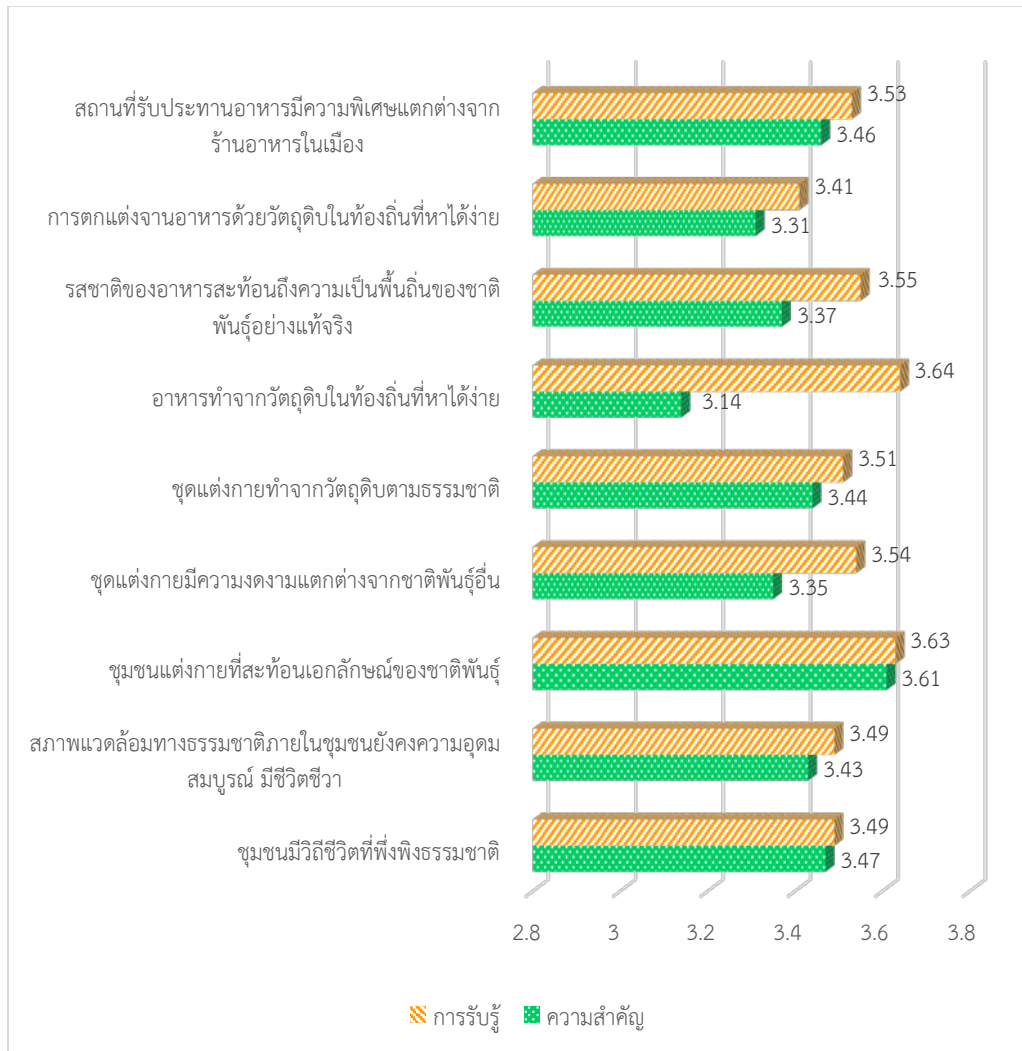
ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.47	1.05	มาก	3.49	0.96	มาก
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.43	1.09	มาก	3.49	1.03	มาก
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.61	0.98	มาก	3.63	1.06	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.35	1.04	ปานกลาง	3.54	1.01	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.44	0.99	มาก	3.51	1.00	มาก

ตารางที่ 4.120 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.14	0.98	ปานกลาง	3.64	0.99	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.37	1.01	ปานกลาง	3.55	0.98	มาก
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.31	0.97	ปานกลาง	3.41	0.97	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.46	1.00	มาก	3.53	0.95	มาก
รวม	3.40	0.55	ปานกลาง	3.53	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.120 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.98) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.05) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 1.00) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.99) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์มีชีวิตชีวา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 1.09) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 1.01) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 1.04) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 0.97) และอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.82

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.99) รองลงมา คือ ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 1.06) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.98) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 1.01) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.95) ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.96) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 1.03) และการตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.97) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.82



ภาพที่ 4.82 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทซา)

ตารางที่ 4.121 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทซา)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.44	1.01	มาก	3.59	1.00	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.38	0.98	ปานกลาง	3.58	0.98	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.40	0.88	ปานกลาง	3.52	0.96	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.26	0.93	ปานกลาง	3.77	0.92	มาก

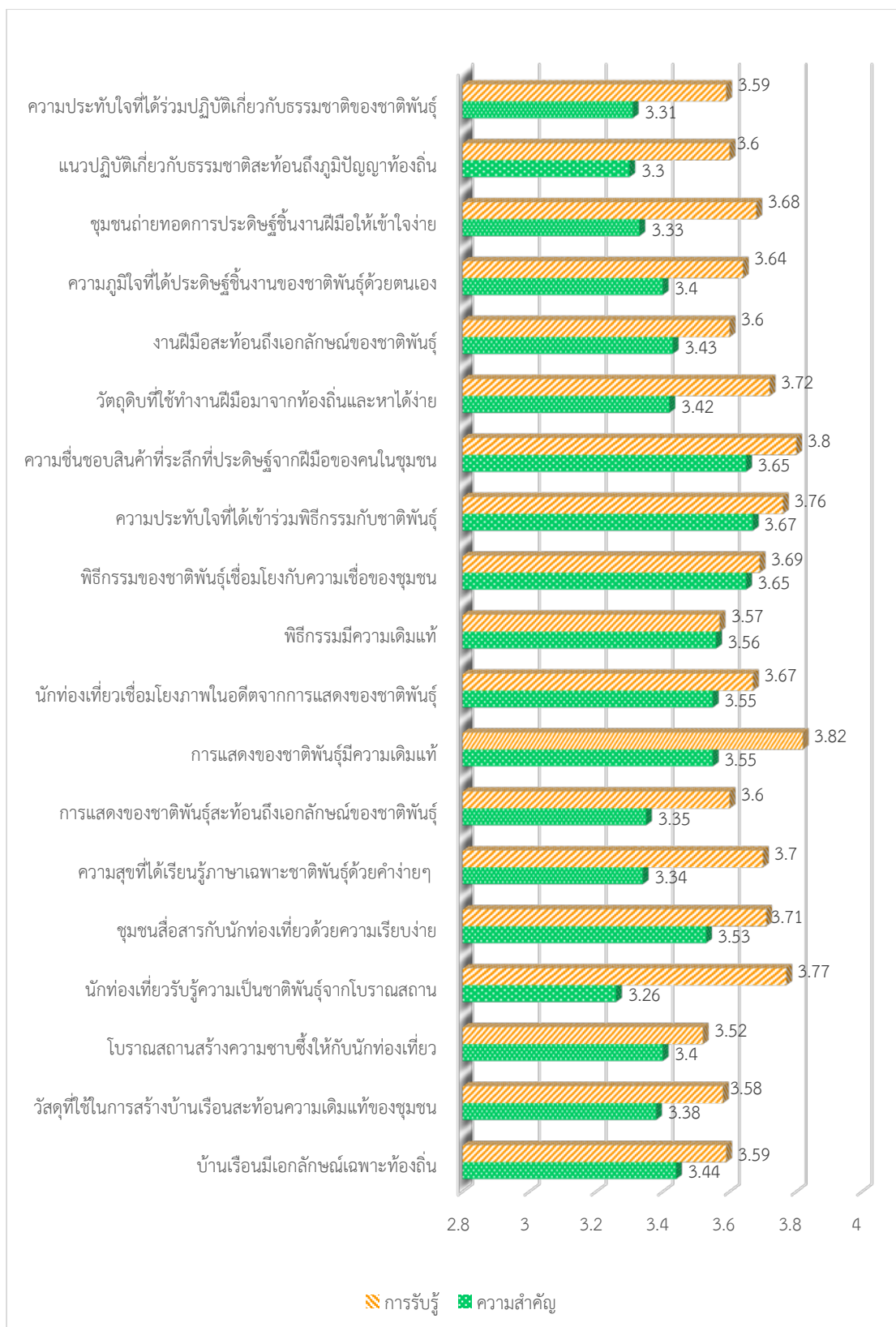
ตารางที่ 4.121 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.53	0.95	มาก	3.71	0.91	มาก
ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ	3.34	0.96	ปานกลาง	3.70	0.96	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.35	0.99	ปานกลาง	3.60	1.01	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.55	1.02	มาก	3.82	0.96	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.55	1.01	มาก	3.67	1.02	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.56	1.02	มาก	3.57	1.05	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.65	1.02	มาก	3.69	1.01	มาก
ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.67	1.00	มาก	3.76	1.04	มาก
ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.65	0.96	มาก	3.80	1.03	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.42	0.98	มาก	3.72	1.01	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.43	0.93	มาก	3.60	1.03	มาก
ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเอง	3.40	0.92	ปานกลาง	3.64	1.05	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.33	0.92	ปานกลาง	3.68	1.05	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.30	0.94	ปานกลาง	3.60	0.99	มาก
ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	3.31	0.98	ปานกลาง	3.59	0.99	มาก
รวม	3.45	0.37	มาก	3.66	0.43	มาก

จากตารางที่ 4.121 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.96) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.02) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 1.02) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.01) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.02) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$,

S.D. = 0.95) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 1.01) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.93) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.98) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.88) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.92) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.98) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.99) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยตัวเอง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.96) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.92) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.98) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.94) และโบราณสถานทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.83

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 1.03) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.92) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.04) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.01) ชุมชนสื่อสารด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.91) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาชาติพันธุ์ด้วยตัวเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.96) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.01) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.05) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.02) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.05) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.99) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.01) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.03) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.99) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 1.00) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.98) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.05) และโบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.83



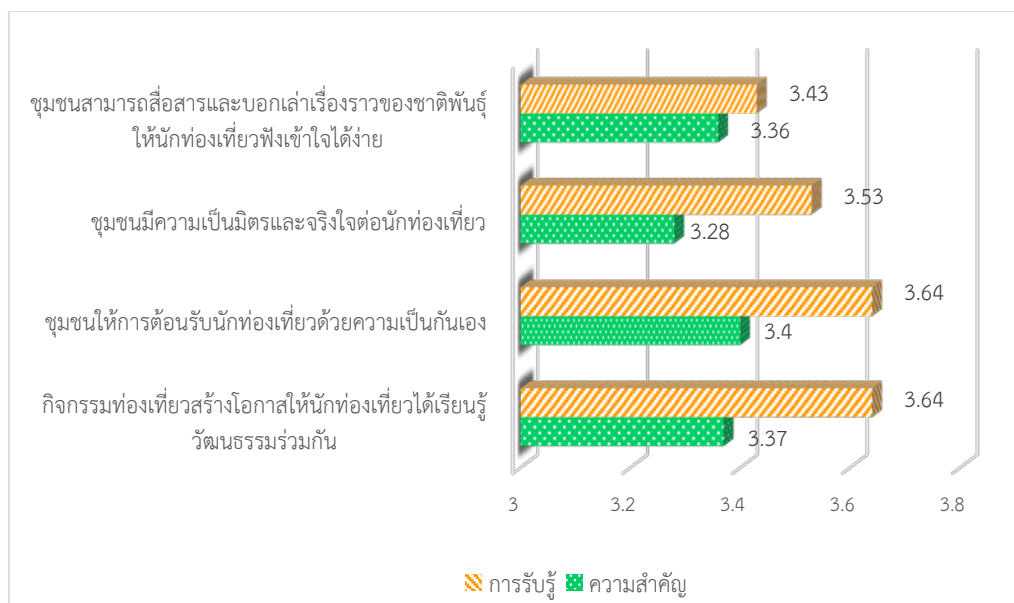
ภาพที่ 4.83 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไท่ซา)

ตารางที่ 4.122 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทซา)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.37	0.94	ปานกลาง	3.64	1.03	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.40	0.85	ปานกลาง	3.64	0.94	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.28	0.87	ปานกลาง	3.53	0.97	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.36	0.85	ปานกลาง	3.43	0.99	มาก
รวม	3.35	0.52	ปานกลาง	3.56	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.122 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.94) ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.985) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.84

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 1.03) ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.97) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.84



ภาพที่ 4.84 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทซา)

4.3.1.6 ไทญ้อ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไทญ้อ ตำบลโนนตาล อำเภอลำดวน จังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไทญ้อ)

ตารางที่ 4.123 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไทญ้อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	44.25
หญิง	223	55.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	97	24.25
21-30 ปี	134	33.50
31-40 ปี	89	22.25
41-50 ปี	62	15.50
50 ปีขึ้นไป	18	4.50

ตารางที่ 4.123 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	165	41.25
สมรส	139	34.75
หย่าร้าง	51	12.75
หม้าย	45	11.25
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	41	10.25
มัธยมศึกษา / ปวช.	80	20.00
ปวส. หรืออนุปริญญา	132	33.00
ปริญญาตรี	120	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	27	6.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	49	12.25
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	73	18.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	149	37.25
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	108	27.00
20,001 บาทขึ้นไป	21	5.25
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	113	28.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	73	18.25
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	67	16.75
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	65	16.25
เกษตรกร	24	6.00
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	30	7.50
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	21	5.25
อื่น ๆ	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.123 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมา คือ ชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มี อายุ 21-30 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 อายุ 31-40

ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 อายุ 41-50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา คือสมรส จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 หย่าร้าง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 หม้าย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมา คือปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ประถมศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

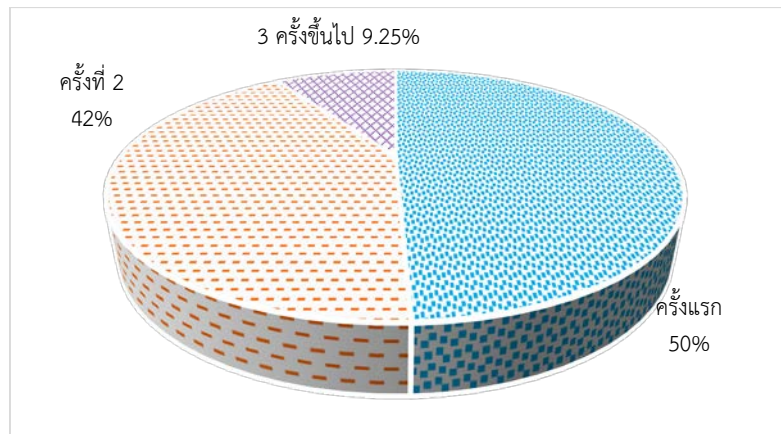
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา คือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 เกษตรกร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

ตารางที่ 4.124 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	240	60.00
ครั้งที่ 2	123	30.75
3 ครั้งขึ้นไป	37	9.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.124 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.85

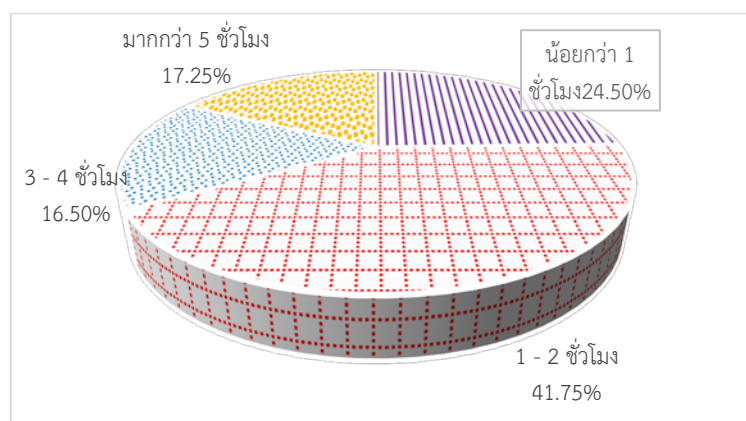


ภาพที่ 4.85 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

ตารางที่ 4.125 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	98	24.50
1 - 2 ชั่วโมง	167	41.75
3 - 4 ชั่วโมง	66	16.50
มากกว่า 5 ชั่วโมง	69	17.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.125 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และ 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.86

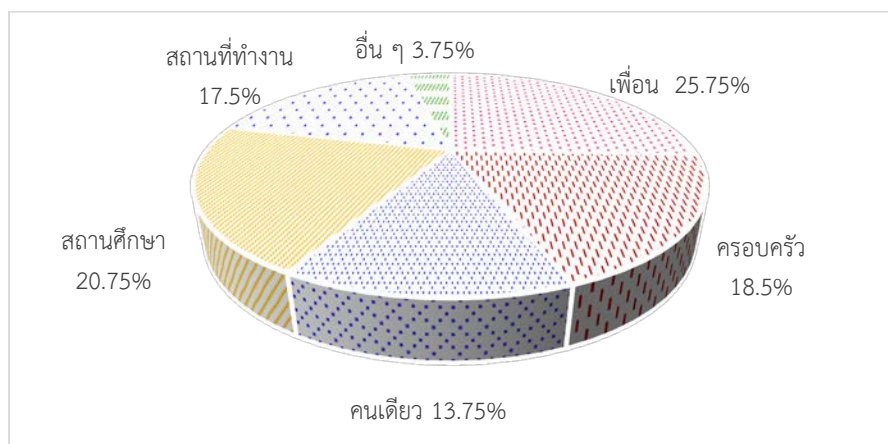


ภาพที่ 4.86 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

ตารางที่ 4.126 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	103	25.75
ครอบครัว	74	18.50
คนเดียว	55	13.75
สถานศึกษา	83	20.75
สถานที่ทำงาน	70	17.50
อื่น ๆ	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.126 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อนจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมา คือ สถานศึกษา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ครอบครัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 สถานที่ทำงาน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 คนเดียว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และอื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.87

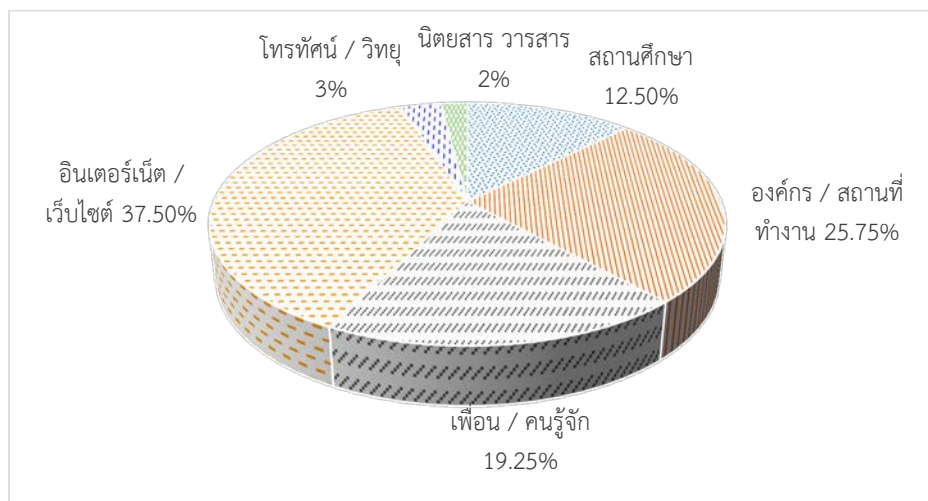


ภาพที่ 4.87 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

ตารางที่ 4.127 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทญ้อ)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	50	12.50
องค์กร / สถานที่ทำงาน	103	25.75
เพื่อน / คนรู้จัก	77	19.25
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	150	37.50
โทรทัศน์ / วิทยุ	12	3.00
นิตยสาร วารสาร	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.127 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ องค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 สถานศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โทรศัพท์ / วิทย์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ นิตยสาร วารสาร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.88

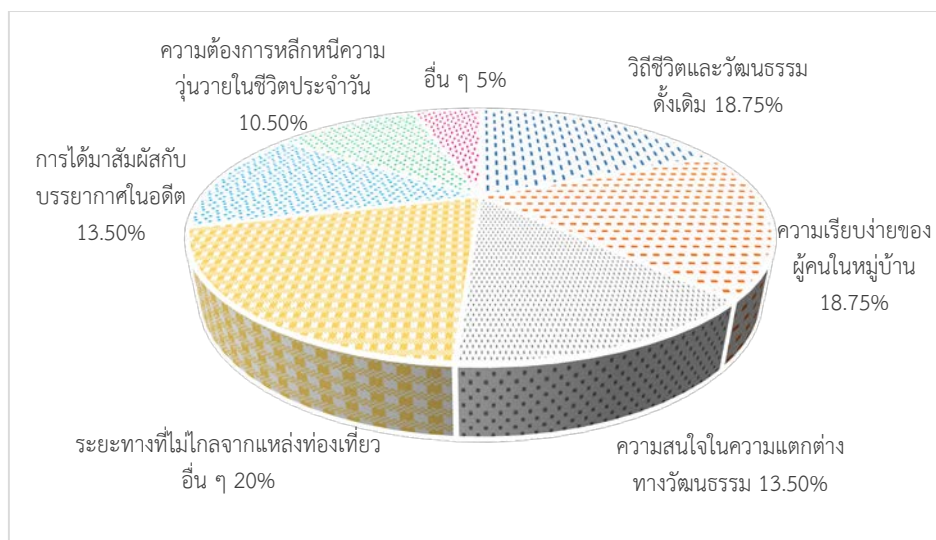


ภาพที่ 4.88 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์ (ไถ่ย่อ)

ตารางที่ 4.128 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไถ่ย่อ)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	75	18.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	75	18.75
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	54	13.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	80	20.00
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	54	13.50
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	42	10.50
อื่นๆ	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.128 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมา คือ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมและความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรมและการได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ อื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.89



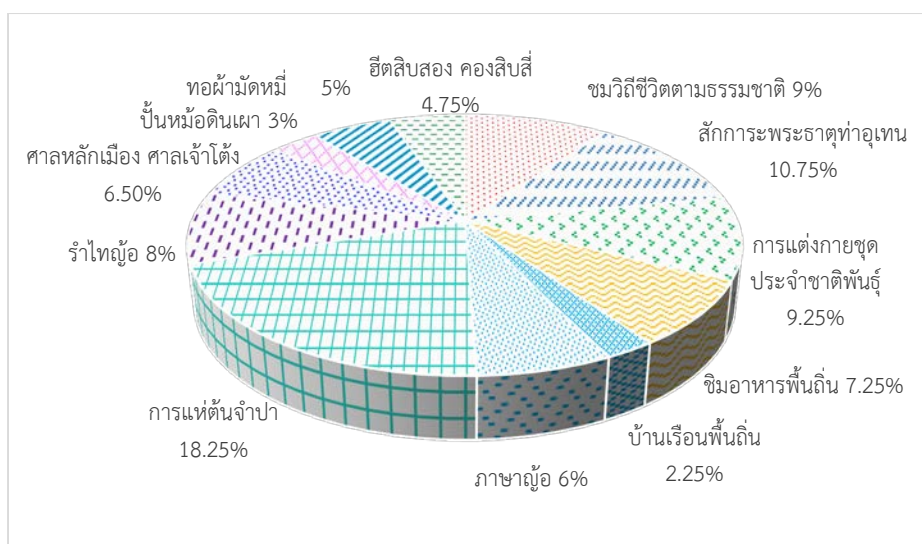
ภาพที่ 4.89 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

ตารางที่ 4.129 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไถญ้อ)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	36	9.00
สักการะพระธาตุท่าอุเทน	43	10.75
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	37	9.25
ชิมอาหารพื้นถิ่น	29	7.25
บ้านเรือนพื้นถิ่น	9	2.25
ภาษาไถญ้อ	24	6.00
การแห่ต้นจำปา	73	18.25
รำไถญ้อ	32	8.00
ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้	26	6.50
ปั้นหม้อดินเผา	12	3.00
ทอผ้ามัดหมี่	20	5.00
ฮีดลีสอง คองลีสี่	19	4.75
ผู้คนในชุมชน	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.129 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นการแห่ต้นจำปา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 รองลงมา คือ สักการะพระธาตุท่าอุเทน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ผู้คนในชุมชน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รำไถญ้อ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ชิมอาหารพื้นถิ่น

จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ัง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ภาษาไทยอู้อ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ทอผ้ามัดหมี่ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ปั่นหม้อดินเผา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.90

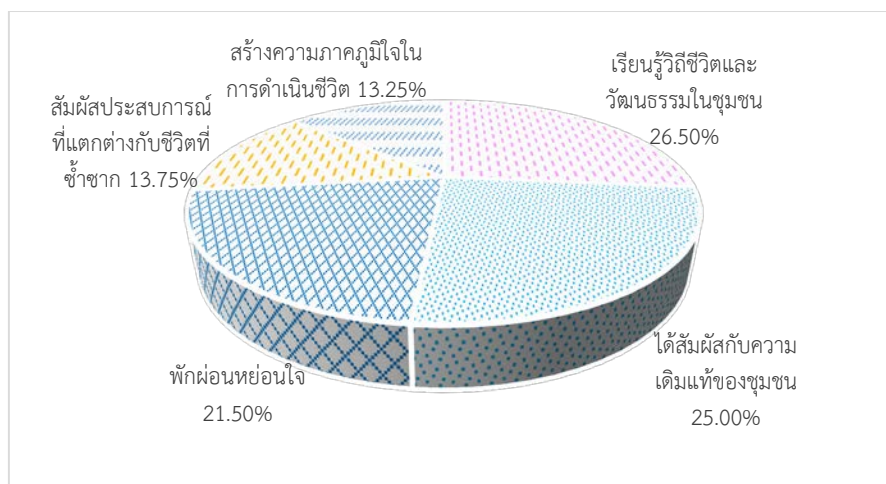


ภาพที่ 4.90 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทยอู้อ)

ตารางที่ 4.130 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทยอู้อ)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	106	26.50
ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน	100	25.00
พักผ่อนหย่อนใจ	86	21.50
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	55	13.75
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	53	13.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.130 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวชื่นชอบเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา คือ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.91



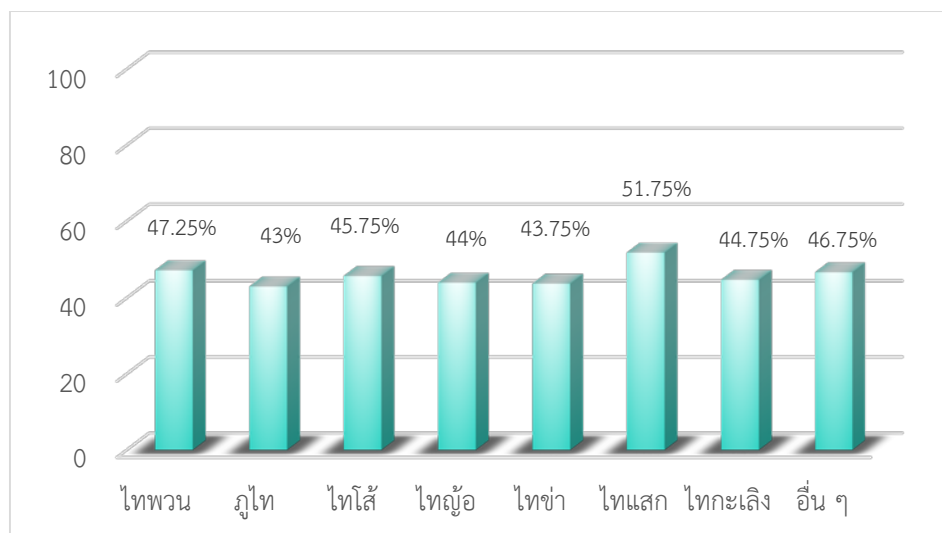
ภาพที่ 4.91 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไถญ้อ)

ตารางที่ 4.131 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไถญ้อ)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	189	47.25
หมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	172	43.00
หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม	183	45.75
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	176	44.00
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	175	43.75
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	207	51.75
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	179	44.75
อื่น ๆ	187	46.75
รวม	400	100.00

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.131 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมา คือ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 อื่น ๆ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 หมู่บ้านไทโส อำเภอนองสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 และหมู่บ้านภูไท อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.92



ภาพที่ 4.92 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทญ้อ)

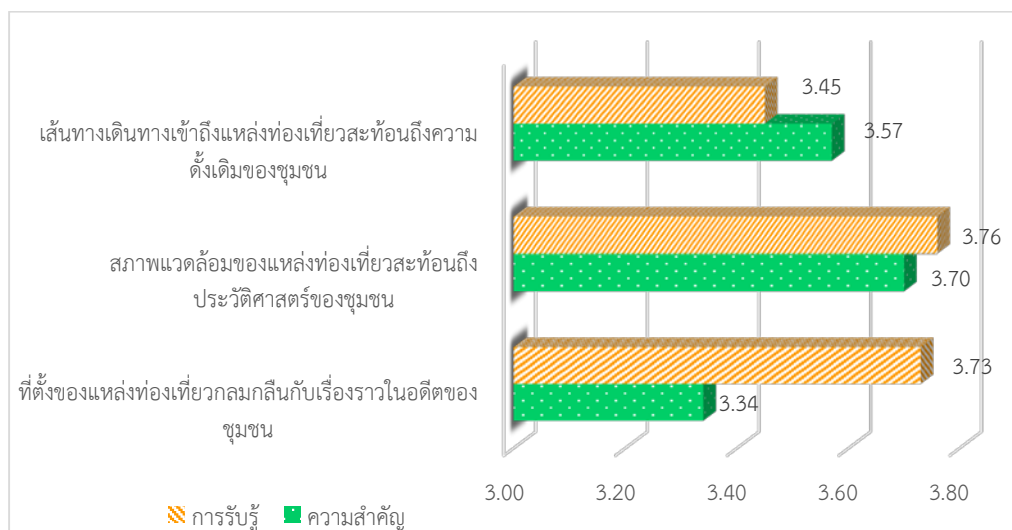
3) ประสพการณ์ด้านความเต็มแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ

ตารางที่ 4.132 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เต็มแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทญ้อ)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.70	1.06	มาก	4.05	1.05	มาก
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.95	0.89	มาก	4.05	0.94	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.85	1.05	มาก	3.98	1.00	มาก
รวม	3.83	0.67	มาก	4.03	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.132 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสพการณ์เต็มแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.89) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 1.05) และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.93

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 1.05) และ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 1.00) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.93



ภาพที่ 4.93 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไถญ้อ)

ตารางที่ 4.133 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไถญ้อ)

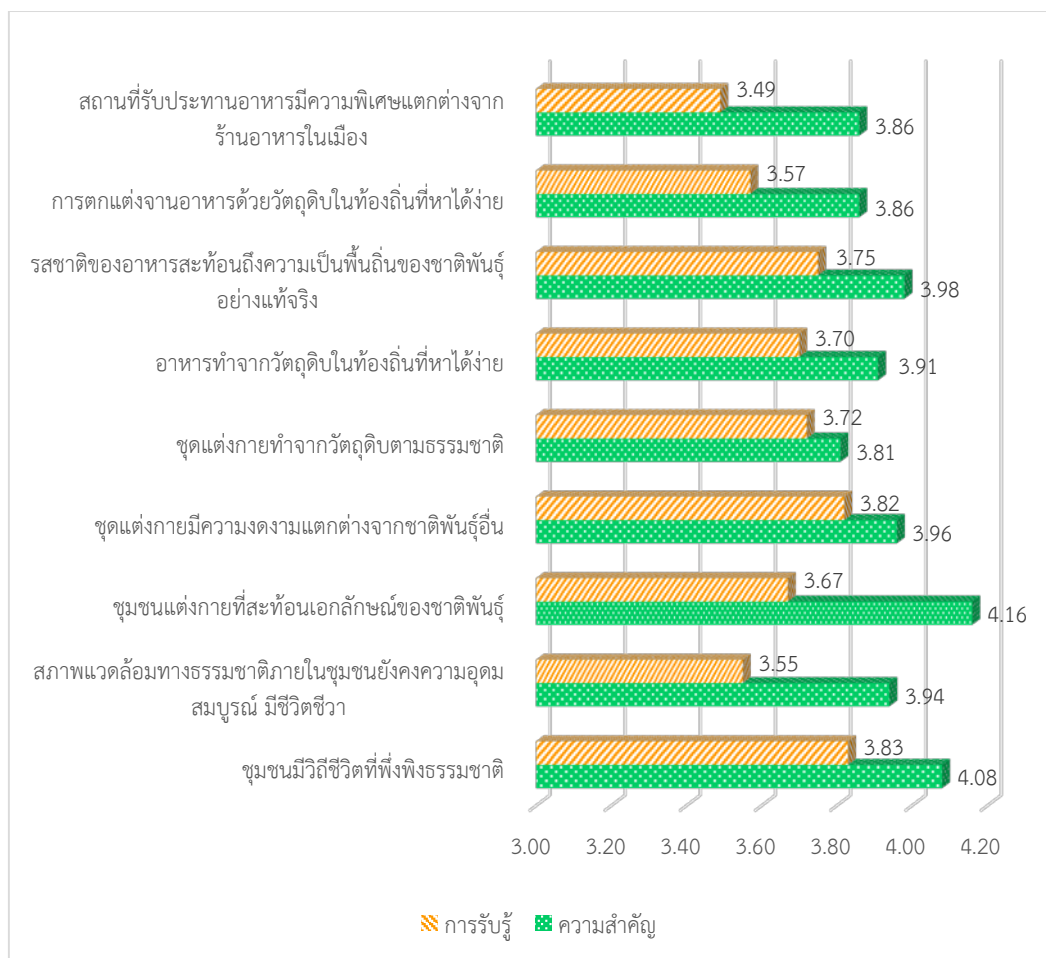
ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	4.08	0.91	มาก	3.83	1.10	มาก
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.94	1.01	มาก	3.55	1.05	มาก
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	4.16	0.83	มาก	3.67	1.05	มาก
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.96	0.89	มาก	3.82	1.00	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.81	0.94	มาก	3.72	1.05	มาก
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.91	1.02	มาก	3.70	0.97	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.98	0.97	มาก	3.75	1.06	มาก

ตารางที่ 4.133 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องที่หาได้ง่าย	3.86	0.97	มาก	3.57	1.01	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.86	0.91	มาก	3.49	0.91	มาก
รวม	3.95	0.51	มาก	3.68	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.133 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.91) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.97) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.89) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 1.01) อาหารทำจากวัตถุดิบในห้องที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 1.02) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.91) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.97) และชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.94

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 1.10) รองลงมา คือ ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 1.00) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 1.06) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 1.05) อาหารทำจากวัตถุดิบในห้องที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.97) ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 1.05) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในห้องที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 1.01) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.05) และสถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.94



ภาพที่ 4.94 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทลื้อ)

ตารางที่ 4.134 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทลื้อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.84	1.01	มาก	3.50	1.00	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.62	0.96	มาก	3.49	1.05	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.69	1.01	มาก	3.48	0.96	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.62	0.97	มาก	3.35	0.94	ปานกลาง
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.73	0.92	มาก	3.48	0.97	มาก
ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ	3.51	0.93	มาก	3.40	1.02	ปานกลาง
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.51	0.92	มาก	3.67	1.05	มาก

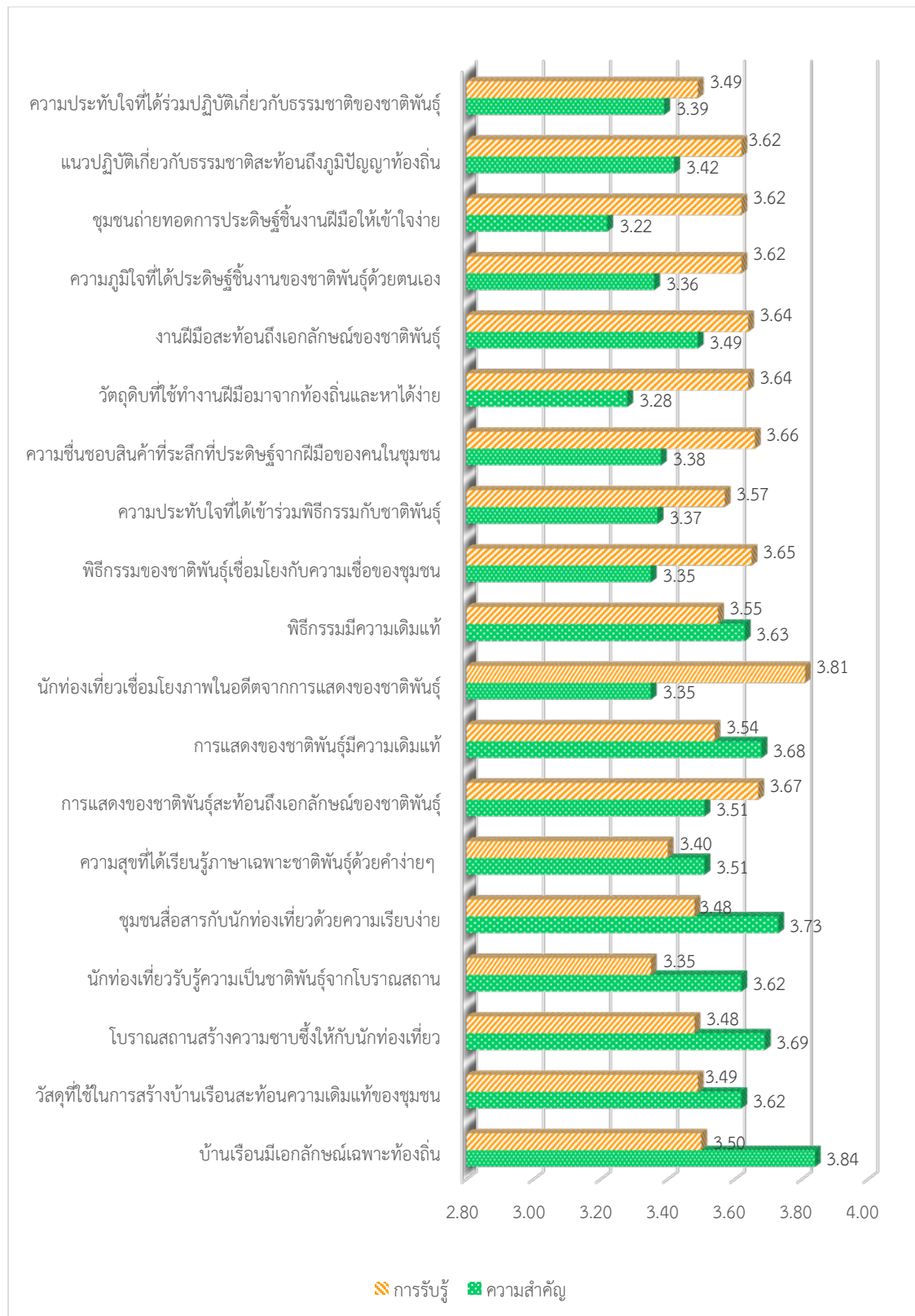
ตารางที่ 4.134 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.68	0.95	มาก	3.54	1.02	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.35	0.93	ปานกลาง	3.81	1.00	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.63	0.92	มาก	3.55	1.10	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.35	0.94	ปานกลาง	3.65	1.08	มาก
ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.37	0.93	ปานกลาง	3.57	1.09	มาก
ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.38	0.90	ปานกลาง	3.66	1.08	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.28	0.97	ปานกลาง	3.64	1.09	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.49	0.93	มาก	3.64	1.03	มาก
ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง	3.36	0.91	ปานกลาง	3.62	1.05	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.22	0.87	ปานกลาง	3.62	1.10	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.42	0.94	มาก	3.62	1.06	มาก
ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	3.39	1.01	ปานกลาง	3.49	0.98	มาก
รวม	3.50	0.33	มาก	3.57	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.134 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 1.01) รองลงมา คือ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.92) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.01) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.95) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.92) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.96) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.97) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.92) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.93) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.93) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.94) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.01) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.90) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.93) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.91) นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.93) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.94) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.97) และชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.95

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.05) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.08) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.08) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.03) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.09) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.05) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.06) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.10) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.09) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.10) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 1.02) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 1.00) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.98) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 1.05) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.96) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.97) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 1.02) และโบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.95



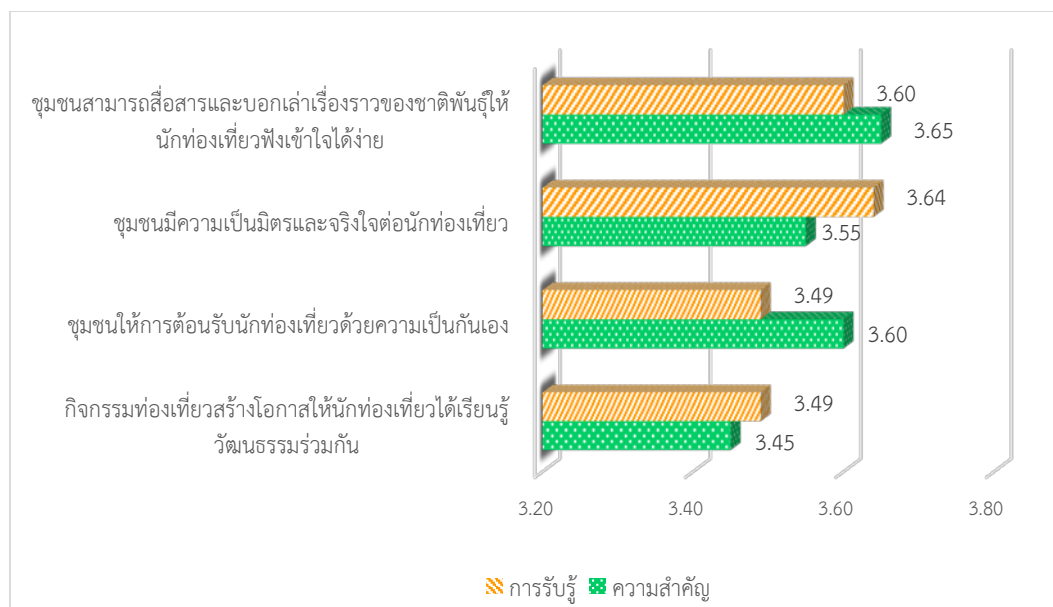
ภาพที่ 4.95 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไถ่ย่อ)

ตารางที่ 4.135 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไถ่)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.45	0.92	มาก	3.49	1.01	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.60	0.93	มาก	3.49	1.03	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.55	0.95	มาก	3.64	1.00	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.65	0.92	มาก	3.60	1.11	มาก
รวม	3.57	0.54	มาก	3.55	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.135 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.93) ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.95) และกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.96

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 1.11) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 1.01) และชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.96



ภาพที่ 4.96 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไถ่ล้อ)

4.3.1.7 ไถ่ล้อ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไถ่ล้อ ตำบลโพธิ์จาน อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ไถ่ล้อ)

ตารางที่ 4.136 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ไถ่ล้อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	171	42.75
หญิง	229	57.25
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	114	28.50
21-30 ปี	98	24.50
31-40 ปี	96	24.00
41-50 ปี	64	16.00
50 ปีขึ้นไป	28	7.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.136 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	162	40.50
สมรส	159	39.75
หย่าร้าง	43	10.75
หม้าย	36	9.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	45	11.25
มัธยมศึกษา / ปวช.	91	22.75
ปวส. หรืออนุปริญญา	133	33.25
ปริญญาตรี	121	30.25
สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	50	12.50
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	45	11.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	176	44.00
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	106	26.50
20,001 บาทขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	109	27.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	85	21.25
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	76	19.00
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	67	16.75
เกษตรกร	24	6.00
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	16	4.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	16	4.00
อื่น	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.136 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 171คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ตามลำดับ
 อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน

96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสดจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา คือสมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 หย่าร้าง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 หม้าย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ประถมศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นมีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

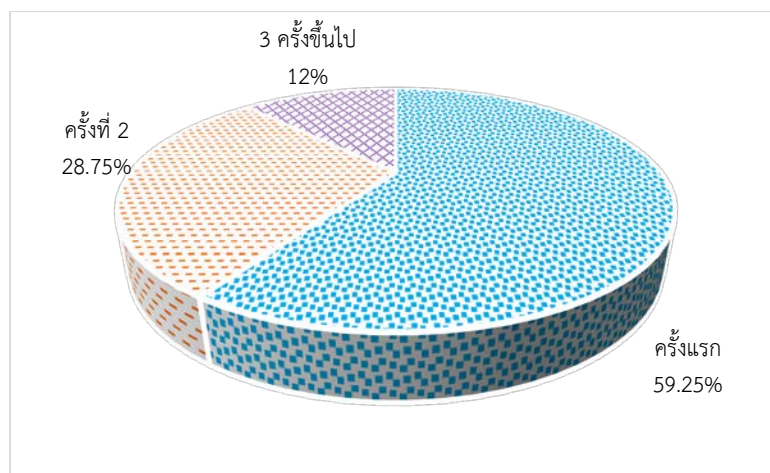
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมา คือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 เกษตรกร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่นๆ จำนวน 7 คน 1.75 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ไทโล่)

ตารางที่ 4.137 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล่)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	237	59.25
ครั้งที่ 2	115	28.75
3 ครั้งขึ้นไป	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.137 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.97

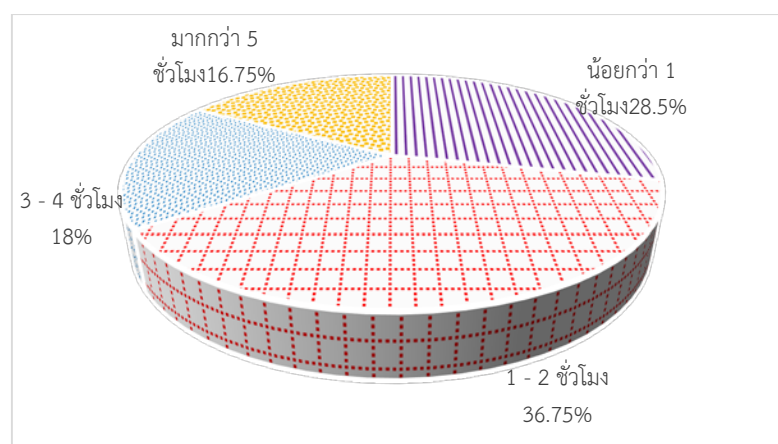


ภาพที่ 4.97 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล้)

ตารางที่ 4.138 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทโล้)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	114	28.50
1 - 2 ชั่วโมง	147	36.75
3 - 4 ชั่วโมง	72	18.00
มากกว่า 5 ชั่วโมง	67	16.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.138 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.98

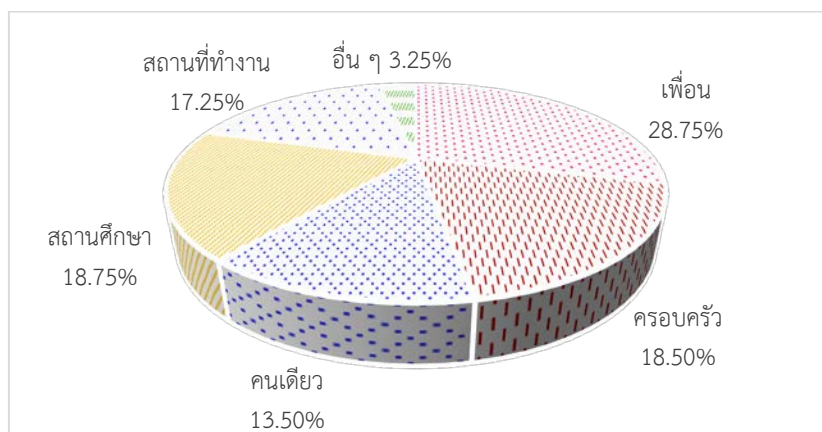


ภาพที่ 4.98 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ไทโล้)

ตารางที่ 4.139 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล่)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	115	28.75
ครอบครัว	74	18.50
คนเดียว	54	13.50
สถานศึกษา	75	18.75
สถานที่ทำงาน	69	17.25
อื่น ๆ	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.139 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมา คือ สถานศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ครอบครัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 สถานที่ทำงาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 คนเดียว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.99

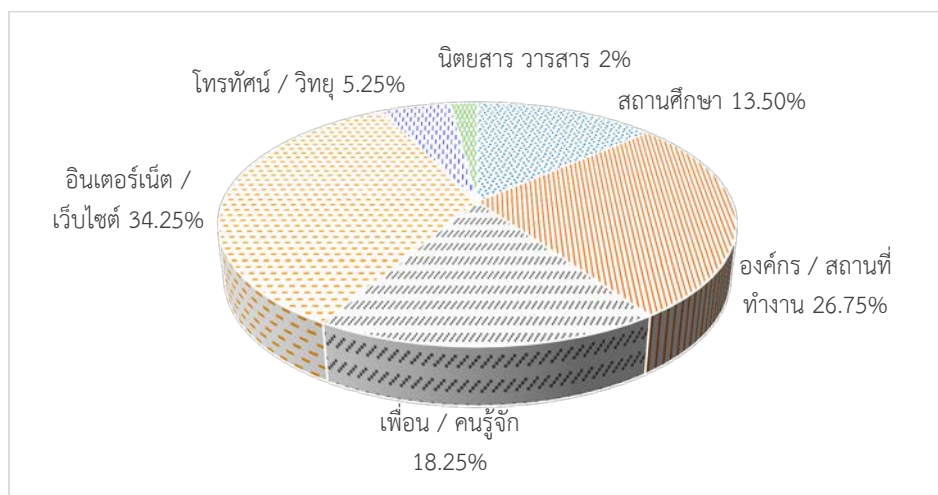


ภาพที่ 4.99 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ไทโล่)

ตารางที่ 4.140 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทโล่)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	54	13.50
องค์กร / สถานที่ทำงาน	107	26.75
เพื่อน / คนรู้จัก	73	18.25
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	137	34.25
โทรทัศน์ / วิทยุ	21	5.25
นิตยสาร วารสาร	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.140 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา คือ องค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 สถานศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 โทรศัพท์ / วิทยุ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และนิตยสาร วารสาร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.100

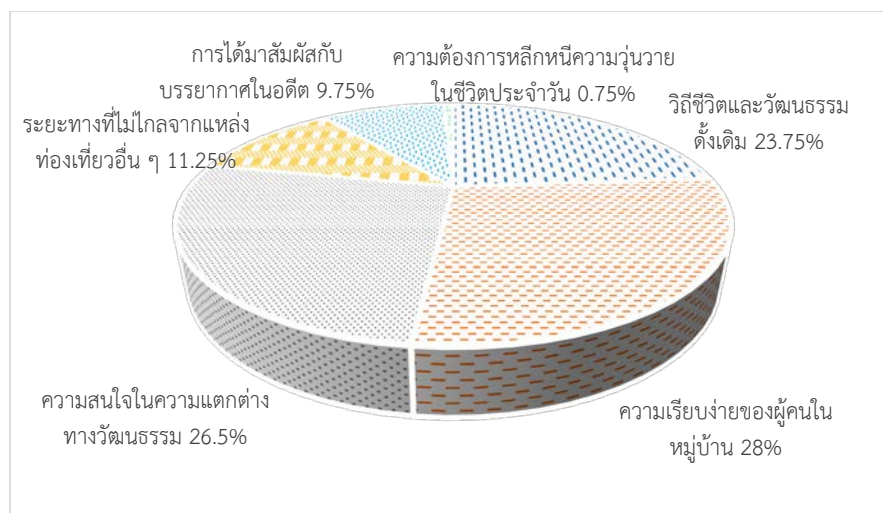


ภาพที่ 4.100 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ไทล์)

ตารางที่ 4.141 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไทล์)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	95	23.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	112	28.00
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	106	26.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	45	11.25
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	39	9.75
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.141 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.101

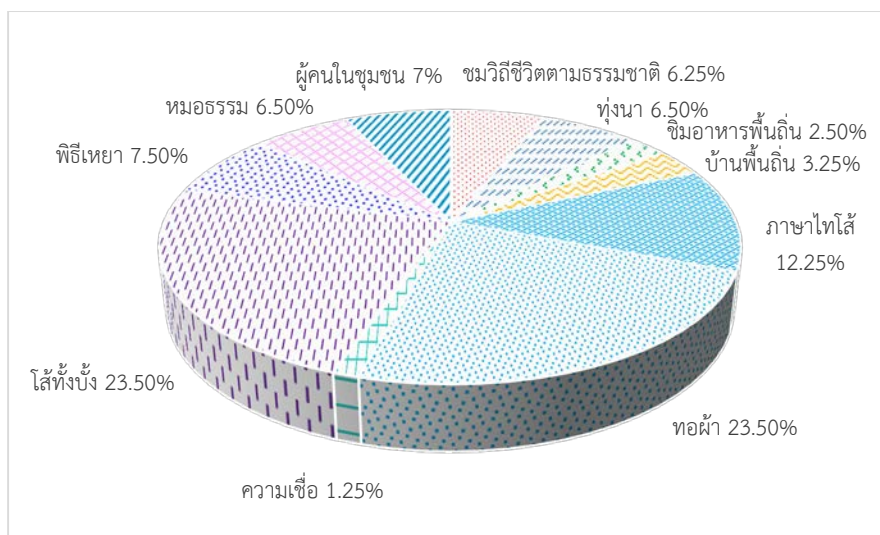


ภาพที่ 4.101 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ไท่ไ่)

ตารางที่ 4.142 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไท่ไ่)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	25	6.25
ทุ่งนา	26	6.50
ชิมอาหารพื้นถิ่น	10	2.50
บ้านเรือนพื้นถิ่น	13	3.25
ภาษาไท่ไ่	49	12.25
ทอผ้า	94	23.50
ความเชื่อ	5	1.25
ไ่ทั้งบั้ง	94	23.50
พิธีเหยา	30	7.50
หมอธรรม	26	6.50
ผู้คนในชุมชน	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.142 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นทอผ้าและไ่ทั้งบั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมา คือ ภาษาไท่ไ่ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 พิธีเหยา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ผู้คนในชุมชน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ทุ่งนาและหมอธรรม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 บ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ชิมอาหารพื้นถิ่น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และความเชื่อ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.102

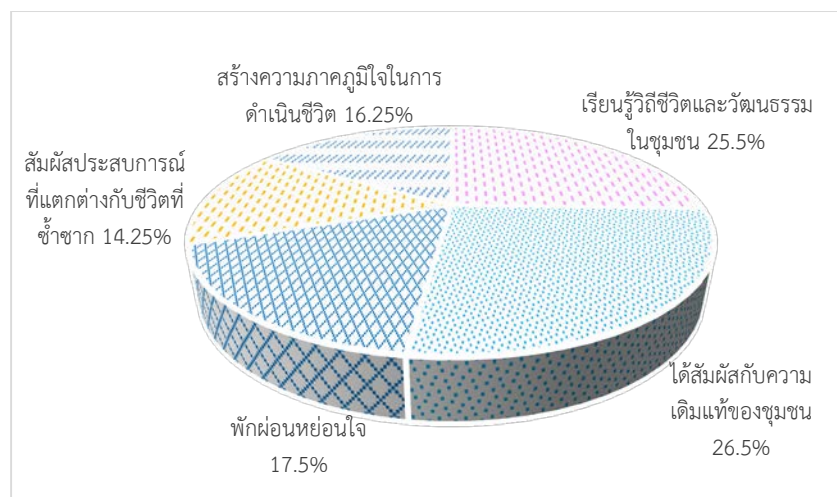


ภาพที่ 4.102 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ไทลื้อ)

ตารางที่ 4.143 จำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทลื้อ)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	102	25.50
ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน	106	26.50
พักผ่อนหย่อนใจ	70	17.50
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	57	14.25
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	65	16.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.143 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา คือเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 พักผ่อนหย่อนใจจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.103



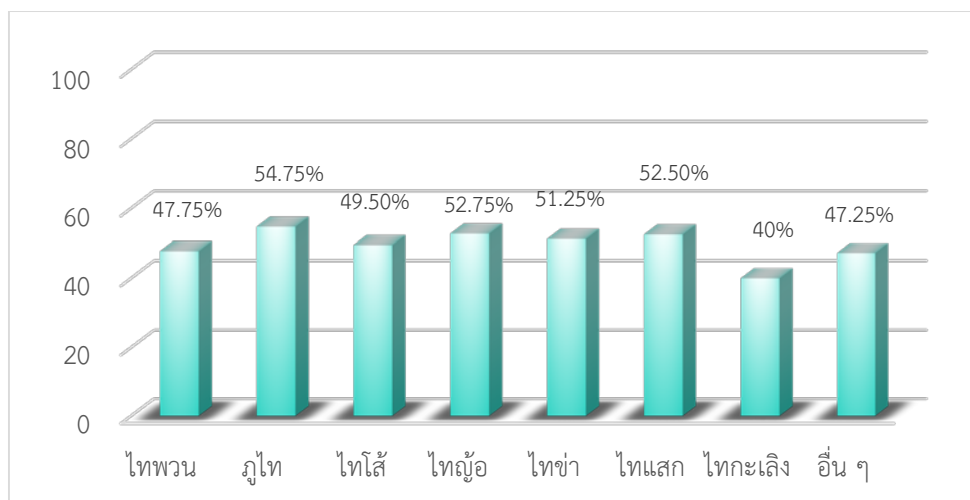
ภาพที่ 4.103 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ไทโส)

ตารางที่ 4.144 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทโส)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	191	47.75
หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	219	54.75
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	198	49.50
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครพนม	211	52.75
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	205	51.25
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	210	52.50
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	160	40.00
อื่นๆ	189	47.25
รวม	400	100.00

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.144 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครพนม จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 หมู่บ้านไทแสก จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 อื่น ๆ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 และหมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.104



ภาพที่ 4.104 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ไทโส้)

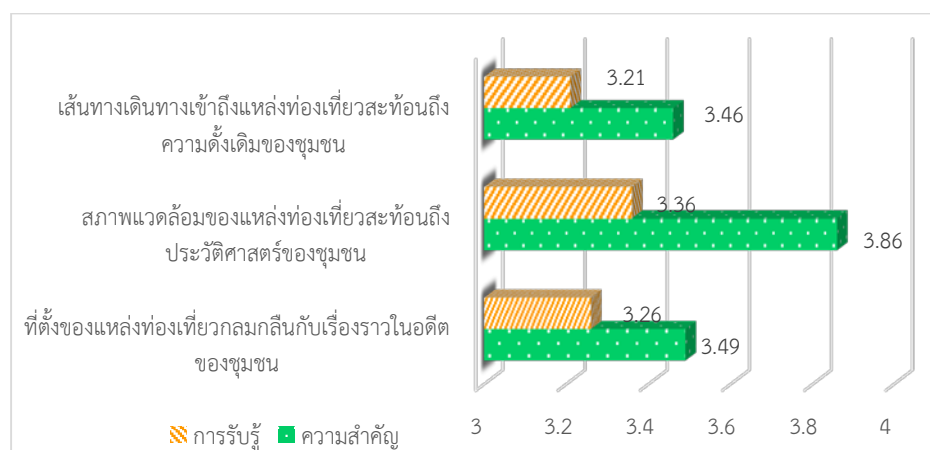
3) ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้

ตารางที่ 4.145 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทโส้)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.49	0.98	มาก	3.26	0.89	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.86	0.90	มาก	3.36	0.88	ปานกลาง
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.46	1.08	มาก	3.21	0.87	ปานกลาง
รวม	3.74	0.57	มาก	3.28	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.145 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.90) รองลงมา คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.98) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.105

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.89) และเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.105



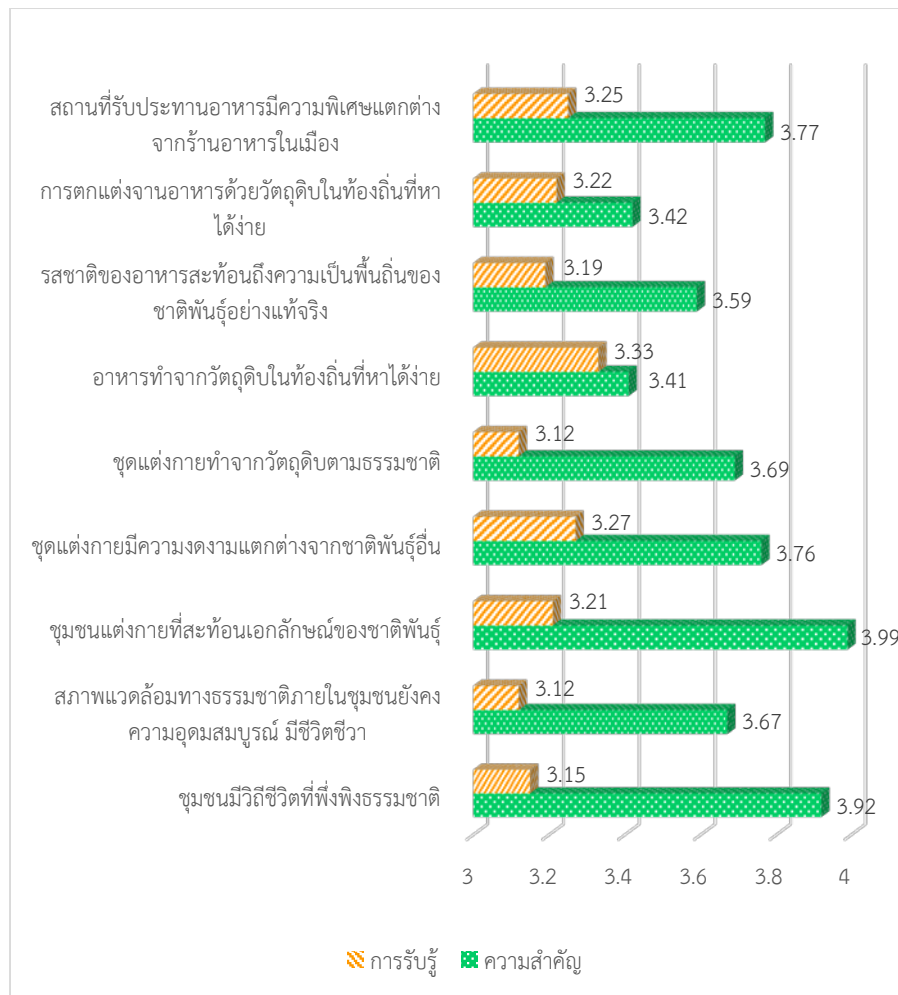
ภาพที่ 4.105 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ไทโส)

ตารางที่ 4.146 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทโส)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.92	0.95	มาก	3.15	0.87	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.67	1.09	มาก	3.12	0.84	ปานกลาง
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.99	0.84	มาก	3.21	0.92	ปานกลาง
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.76	0.94	มาก	3.27	0.82	ปานกลาง
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.69	0.93	มาก	3.12	0.87	ปานกลาง
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.41	1.00	มาก	3.33	0.81	ปานกลาง
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.59	0.99	มาก	3.19	0.92	ปานกลาง
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.42	0.98	มาก	3.22	0.87	ปานกลาง
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.77	0.94	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง
รวม	3.79	0.46	มาก	3.19	0.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.146 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.95) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.94) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.94) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.93) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.09) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.99) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.98) และอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 1.00) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.106

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.82) สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.78) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.87) ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.92) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.92) ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.87) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.84) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.106



ภาพที่ 4.106 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ไทโล่)

ตารางที่ 4.147 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทโล่)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.50	0.96	มาก	3.16	0.89	ปานกลาง
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.51	0.96	มาก	3.16	0.88	ปานกลาง
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.51	1.00	มาก	3.29	0.87	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.43	0.96	มาก	3.22	0.84	ปานกลาง
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.65	0.91	มาก	3.19	0.79	ปานกลาง

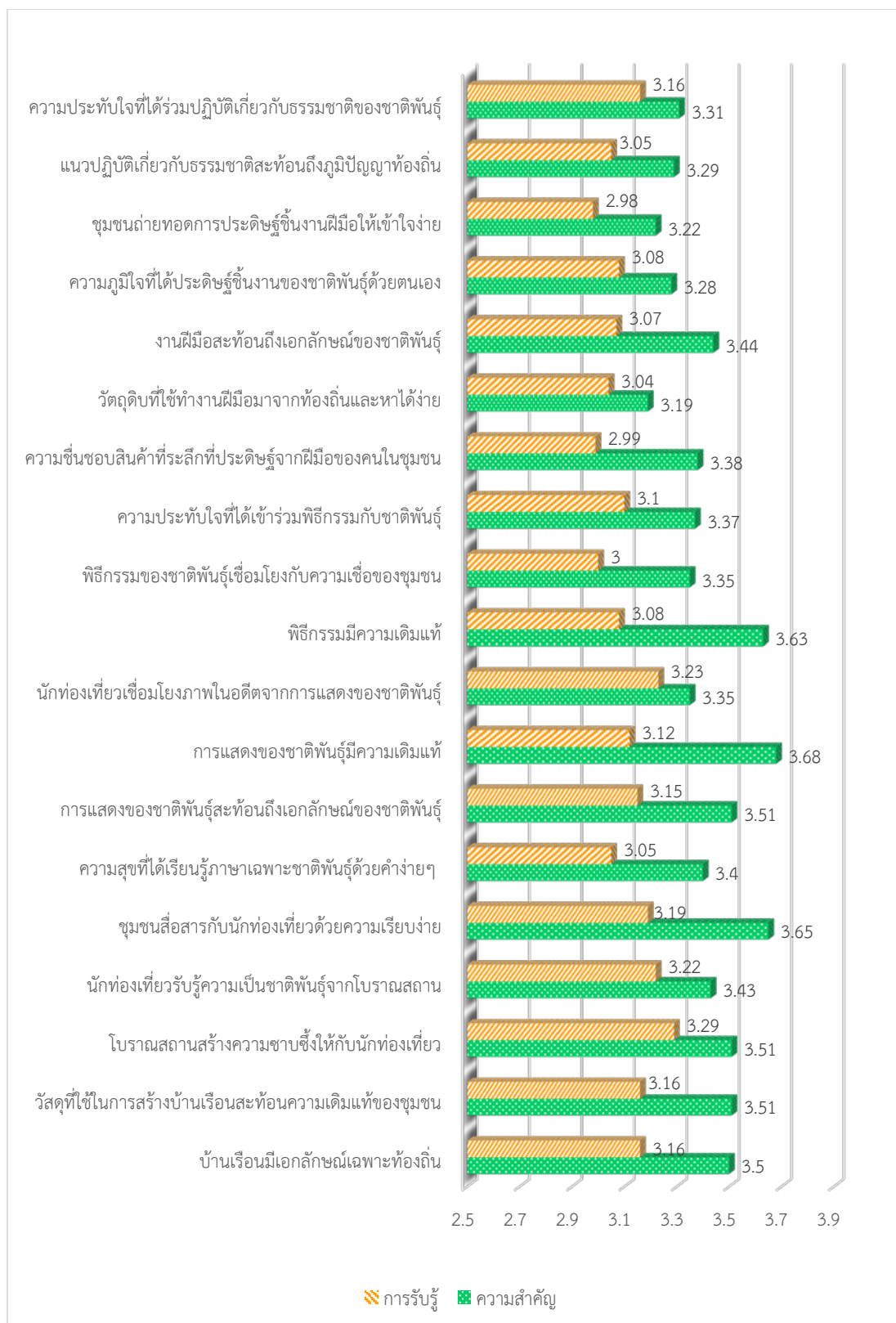
ตารางที่ 4.147 (ต่อ)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ	3.40	0.89	ปานกลาง	3.05	0.84	ปานกลาง
การแสดงสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.51	0.92	มาก	3.15	0.91	ปานกลาง
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.68	0.95	มาก	3.12	0.86	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.35	0.93	ปานกลาง	3.23	0.89	ปานกลาง
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.63	0.91	มาก	3.08	0.89	ปานกลาง
พิธีกรรมเชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.35	0.94	ปานกลาง	3.00	0.82	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.37	0.92	ปานกลาง	3.10	0.88	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.38	0.90	ปานกลาง	2.99	0.82	ปานกลาง
วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.19	0.92	ปานกลาง	3.04	0.84	ปานกลาง
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.44	0.89	มาก	3.07	0.81	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง	3.28	0.87	ปานกลาง	3.08	0.83	ปานกลาง
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์งานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.22	0.87	ปานกลาง	2.98	0.83	ปานกลาง
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.29	0.91	ปานกลาง	3.05	0.80	ปานกลาง
ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์	3.31	0.98	ปานกลาง	3.16	0.81	ปานกลาง
รวม	3.60	0.34	มาก	3.24	0.51	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.147 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.91) พิธีกรรมมีความเดิมแท้ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.91) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.92) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.96) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 1.00) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.96) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.89) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก

($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.96) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.89) นักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.90) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.92) การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.93) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.94) ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.98) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.91) นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.87) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.87) และวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.107

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.87) รองลงมา คือ การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.89) โบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.84) ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.79) ความประทับใจที่ได้ร่วมปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.81) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.88) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.89) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.91) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.86) นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 0.88) นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 0.83) พิธีกรรมมีความเดิมแท้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 0.89) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.81) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 0.80) นักท่องเที่ยวมีความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 0.84) วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.84) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.82) นักท่องเที่ยวชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.82) และชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.107



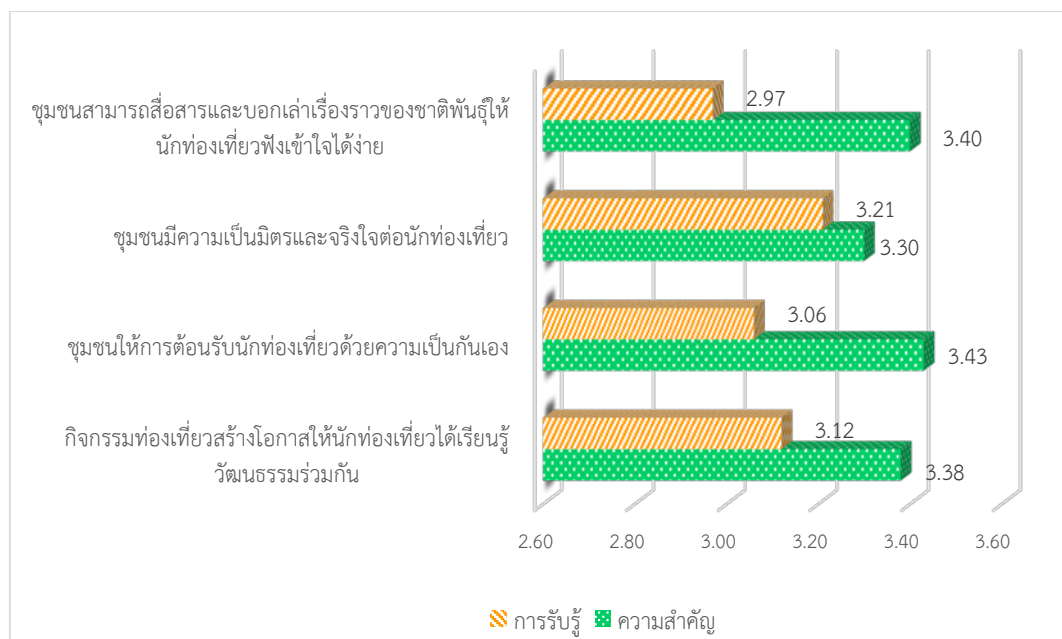
ภาพที่ 4.107 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ไทโส้)

ตารางที่ 4.148 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทโส)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.38	0.90	ปานกลาง	3.12	0.84	ปานกลาง
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.43	0.81	มาก	3.06	0.83	ปานกลาง
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.30	0.85	ปานกลาง	3.21	0.83	ปานกลาง
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.40	0.80	ปานกลาง	2.97	0.84	ปานกลาง
รวม	3.38	0.49	ปานกลาง	3.09	0.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.148 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 0.80) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.90) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.108

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.09$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.12$, S.D. = 0.84) ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.06$, S.D. = 0.83) และชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.97$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.108



ภาพที่ 4.108 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ไทโส)

4.3.1.8 ภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ไท ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.149 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ภูเก็ต)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	161	40.25
หญิง	239	59.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	110	27.50
21-30 ปี	123	30.75
31-40 ปี	95	23.75
41-50 ปี	52	13.00
50 ปีขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.149 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	140	35.00
สมรส	185	46.25
หย่าร้าง	43	10.75
หม้าย	32	8.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	52	13.00
มัธยมศึกษา / ปวช.	77	19.25
ปวส. หรืออนุปริญญา	116	29.00
ปริญญาตรี	120	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	44	11.00
มีรายได้ 5,001-10,000 บาท	93	23.25
มีรายได้ 10,001-15,000 บาท	113	28.25
มีรายได้ 15,001-20,000 บาท	107	26.75
20,001 บาทขึ้นไป	43	10.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	93	23.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ	68	17.00
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	51	12.75
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	60	15.00
เกษตรกร	58	14.50
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน	21	5.25
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	18	4.50
อื่น ๆ	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.149 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 161 คิดเป็นร้อยละ 40.25 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 อายุ 31-40 ปี

จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 อายุ 41-50 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ โสด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 หย่าร้าง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และหม้าย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 มัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ประถมศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

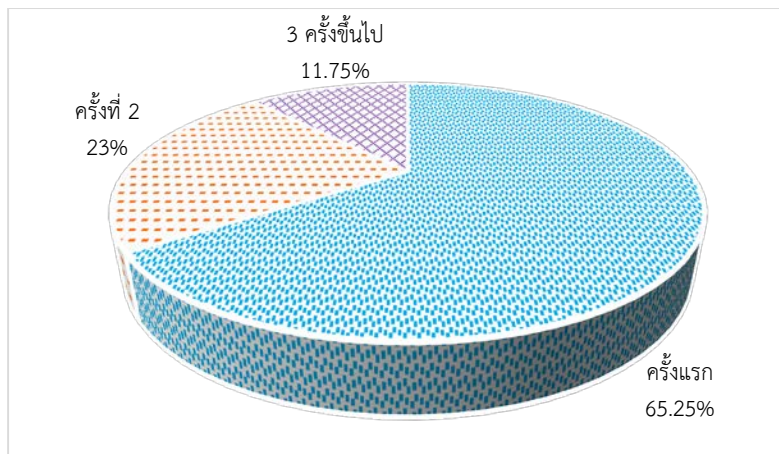
อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เกษตรกร จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 อื่น ๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างรายวัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.150 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

การเดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	261	65.25
ครั้งที่ 2	92	23.00
3 ครั้งขึ้นไป	47	11.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.150 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์เป็นครั้งแรก จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.109

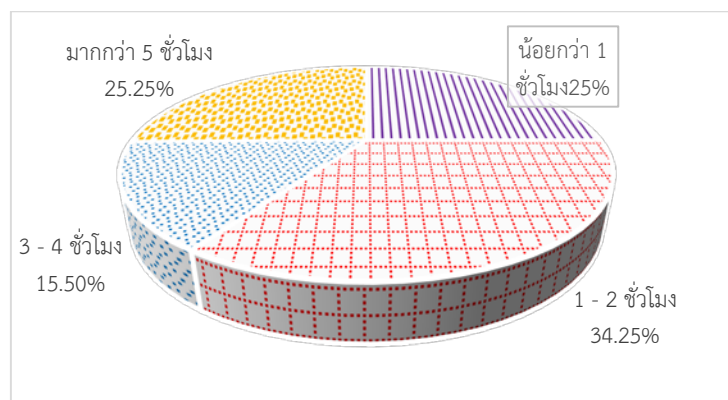


ภาพที่ 4.109 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.151 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	100	25.00
1 - 2 ชั่วโมง	137	34.25
3 - 4 ชั่วโมง	62	15.50
มากกว่า 5 ชั่วโมง	101	25.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.151 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็น 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.110

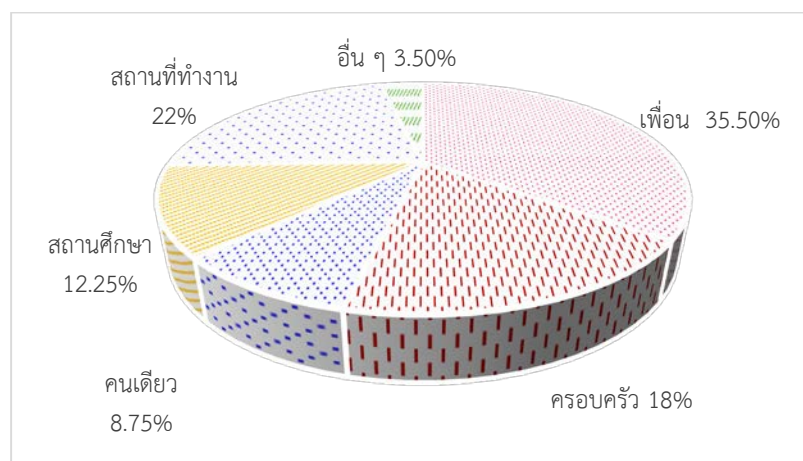


ภาพที่ 4.110 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.152 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	142	35.50
ครอบครัว	72	18.00
คนเดียว	35	8.75
สถานศึกษา	49	12.25
สถานที่ทำงาน	88	22.00
อื่น ๆ	14	3.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.152 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา คือ สถานที่ทำงาน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ครอบครัว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 สถานศึกษา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 คนเดียว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.111

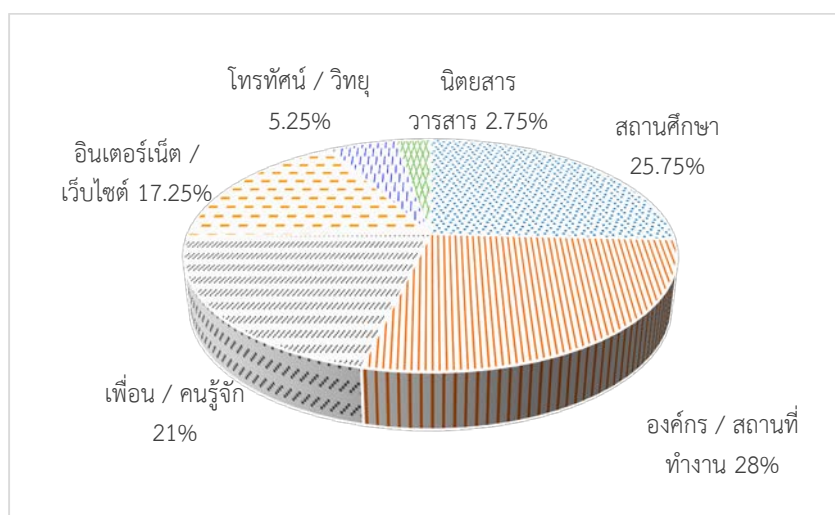


ภาพที่ 4.111 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.153 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

แหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	103	25.75
องค์กร / สถานที่ทำงาน	112	28.00
เพื่อน / คนรู้จัก	84	21.00
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	69	17.25
โทรทัศน์ / วิทยุ	21	5.25
นิตยสาร วารสาร	11	2.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.153 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ สถานศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 โทรศัพท์ / วิทยุ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และนิตยสาร วารสาร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.112



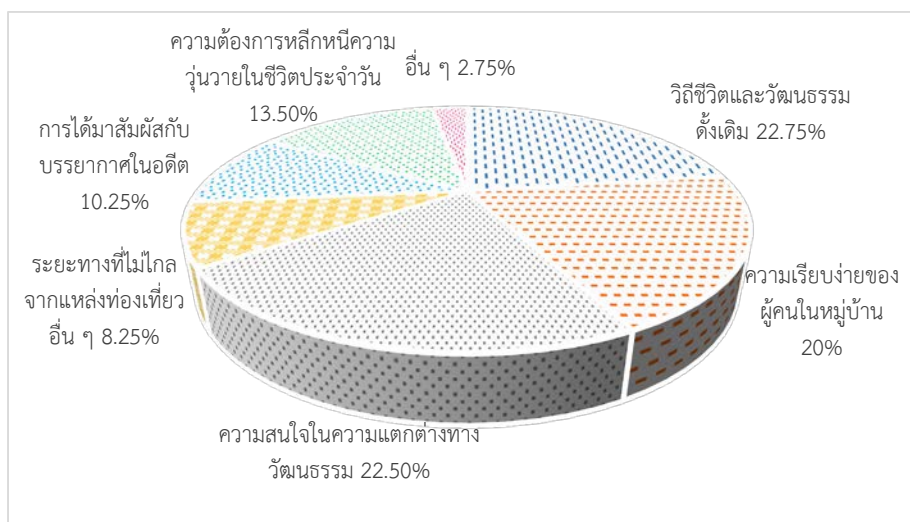
ภาพที่ 4.112 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.154 จำนวนและร้อยละของปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	91	22.75
ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน	80	20.00
ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	90	22.50
ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	33	8.25
การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	41	10.25
ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	54	13.50
อื่น ๆ ศึกษาดูงาน	11	2.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.154 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รองลงมา คือ ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน

จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และอื่น ๆ ศึกษาดูงาน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.113

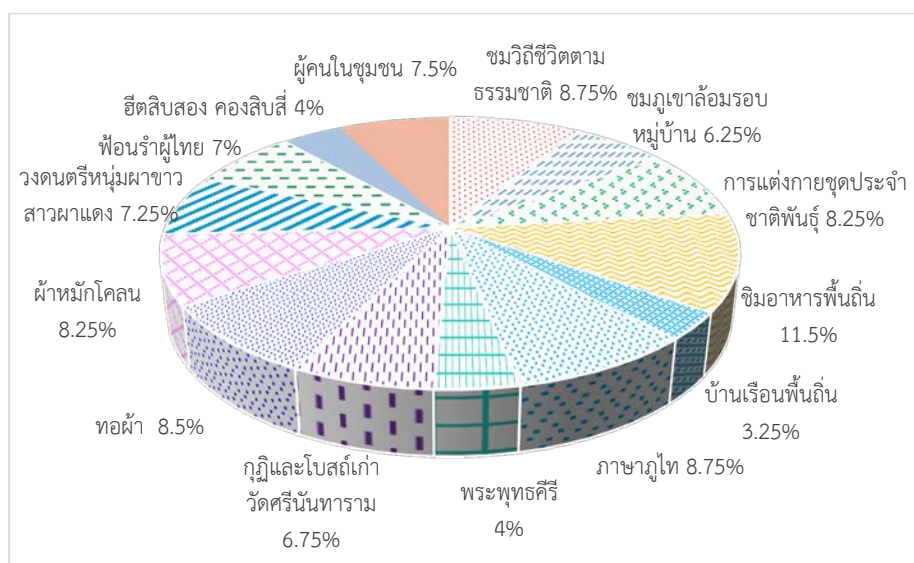


ภาพที่ 4.113 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.155 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ภูเก็ต)

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	35	8.75
ชมภูเขาล้อมรอบหมู่บ้าน	25	6.25
การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	33	8.25
ชิมอาหารพื้นถิ่น (แจ่วข้อม, แกงกะบังเหียง)	46	11.50
บ้านเรือนพื้นถิ่น	13	3.25
ภาษาภูเก็ต	35	8.75
พระพุทธศิรี	16	4.00
กุฏิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทาราม	27	6.75
ทอผ้า (ผ้ามัดหมี่ลายมุกดา, ผ้าฝ้าย)	34	8.50
ผ้าหมักโคลน	33	8.25
วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดง	29	7.25
ฟ่อนรำภูเก็ต	28	7.00
ฮิตสิบสอง คองสิบสี่	16	4.00
ผู้คนในชุมชน	30	7.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.155 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นชิมอาหารพื้นถิ่น (แจ่วซ๋อม, แกงกะบังเทิงญ) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รองลงมา คือ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติและภาษาญไท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ทอผ้า (ผ้ามัดหมี่ลายมุกดา, ผ้าฝ้าย) จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์และผ้าหมักโคลน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ผู้คนในชุมชน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 วงดนตรีหนุ่มผาขาว สาวผาแดง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ฟ้อนรำญไท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ภูมิเเก่าและโบสถ์เเก่า (สิมเเก่า) วัดศรีนันทาราม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ชมภูเขาล้อมรอบหมู่บ้าน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 พระพุทธรีและอีตลีสอง คองลีสี่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และบ้านเรือนพื้นถิ่น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.114

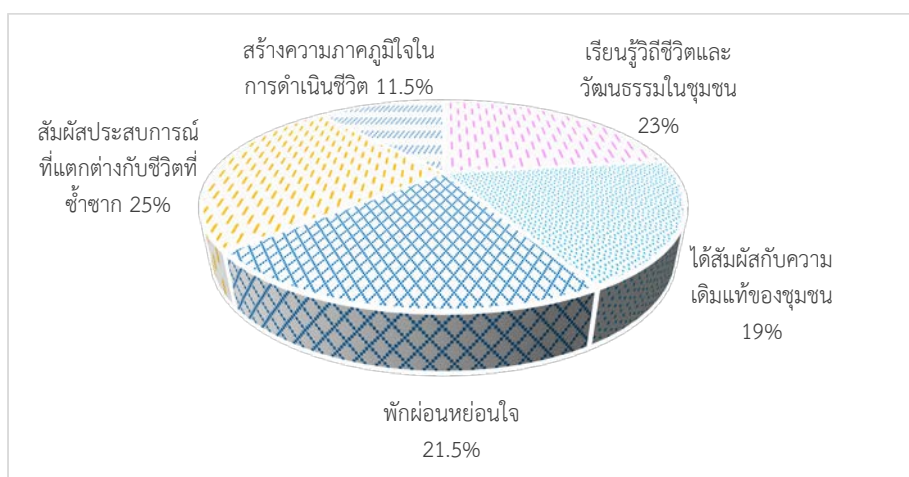


ภาพที่ 4.114 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (ญไท)

ตารางที่ 4.156 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณค่าของการท่องเที่ยว (ญไท)

คุณค่าของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	92	23.00
ได้สัมผัสกับความดีแท้ของชุมชน	76	19.00
พักผ่อนหย่อนใจ	86	21.50
สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก	100	25.00
สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	46	11.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.156 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าคุณค่าของการท่องเที่ยวขึ้นชอบเป็นสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.115



ภาพที่ 4.115 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามคุณค่าของการท่องเที่ยว (ภูเก็ต)

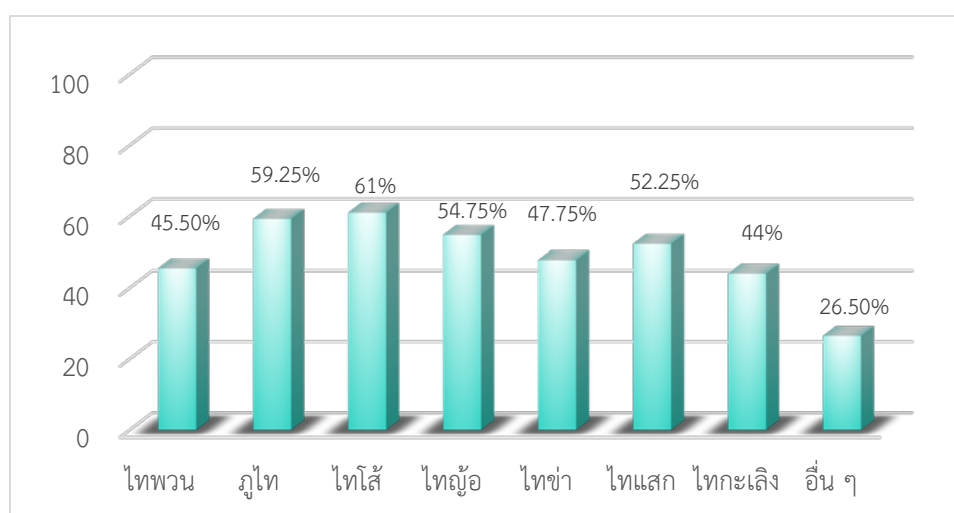
ตารางที่ 4.157 จำนวนและร้อยละของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ภูเก็ต)

หมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านไทพวน อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	182	45.50
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	237	59.25
หมู่บ้านไทส่วย อำเภอโพธิ์สรวรค์ จังหวัดนครพนม	244	61.00
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	219	54.75
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	191	47.75
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	209	52.25
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	176	44.00
อื่น ๆ	106	26.50
รวม	400	100

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.157 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก / เคยไปหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ เป็นหมู่บ้านไทส่วย อำเภอโพธิ์สรวรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ

61.00 รองลงมา คือ หมู่บ้านไผ่ดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 หมู่บ้านไผ่ฮ้อย อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 หมู่บ้านไผ่สาก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 หมู่บ้านไผ่ท่า อำเภอนาทมุนี จังหวัดนครพนม จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 หมู่บ้านไผ่ทวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 หมู่บ้านไผ่กะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และอื่น ๆ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.116



ภาพที่ 4.116 ร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก / เคยไป (ภูไท)

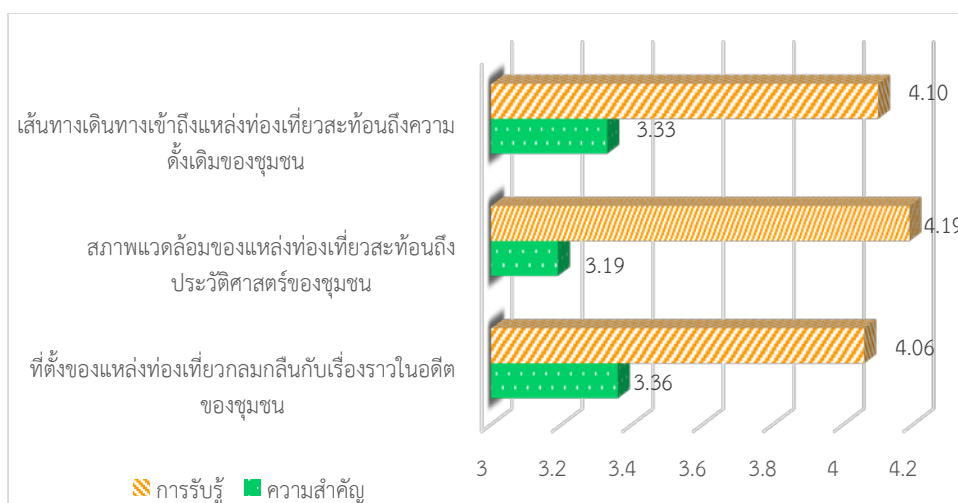
3) ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ภูไท

ตารางที่ 4.158 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (ภูไท)

พื้นที่	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	3.36	1.01	ปานกลาง	4.06	0.88	มาก
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	3.19	1.09	ปานกลาง	4.19	0.93	มาก
เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	3.33	1.11	ปานกลาง	4.10	0.01	มาก
รวม	3.29	0.70	ปานกลาง	4.12	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.158 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 1.01) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 1.11) และ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.19$, S.D. = 1.09) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.117

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.93) รองลงมา คือ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.01) และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.117



ภาพที่ 4.117 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.159 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ภูเก็ต)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	3.46	0.97	มาก	4.11	0.97	มาก
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา	3.58	1.05	มาก	4.27	0.85	มากที่สุด
ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.73	0.89	มาก	4.25	0.89	มากที่สุด

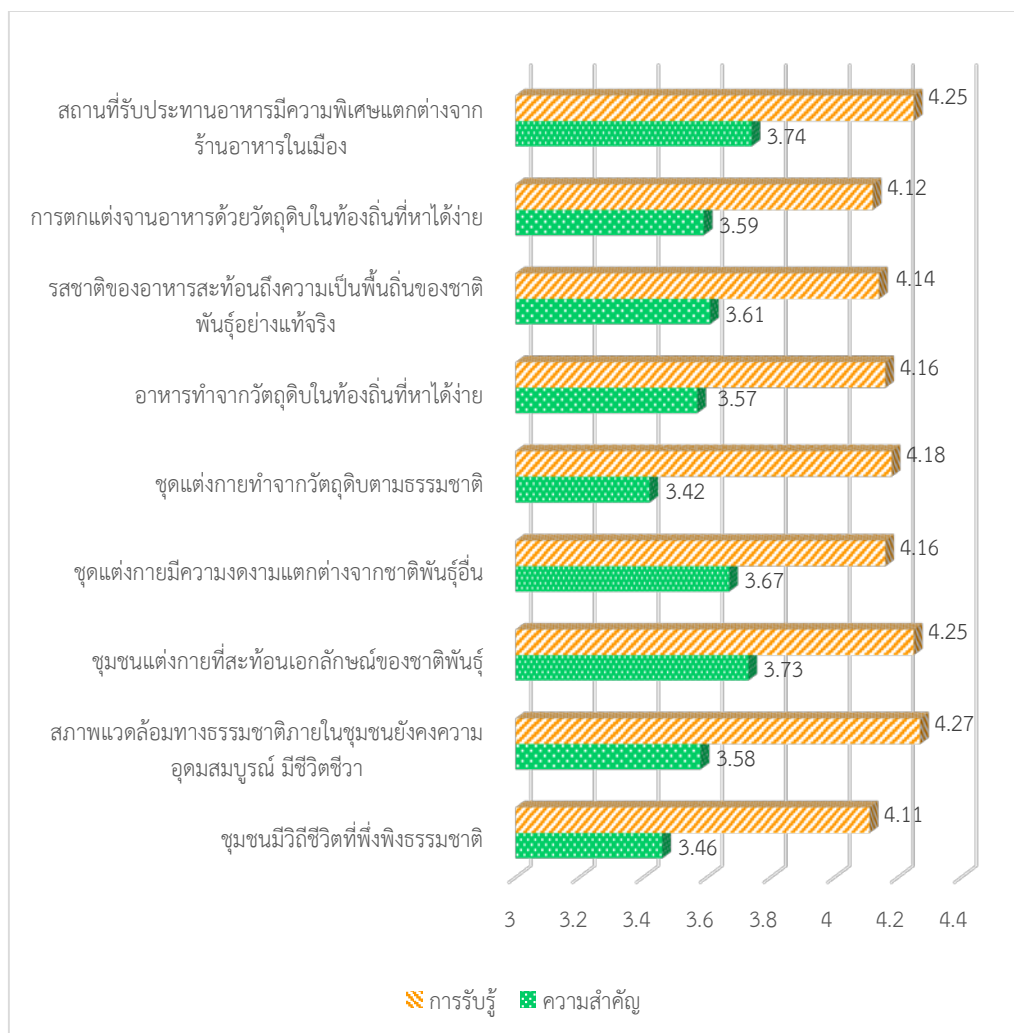
ตารางที่ 4.159 (ต่อ)

ทรัพยากร	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	3.67	1.02	มาก	4.16	0.91	มาก
ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	3.42	1.03	มาก	4.18	0.96	มาก
อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.57	0.99	มาก	4.16	0.94	มาก
รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	3.61	1.01	มาก	4.14	0.98	มาก
การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	3.59	1.04	มาก	4.12	0.99	มาก
สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง	3.74	1.00	มาก	4.25	0.88	มากที่สุด
รวม	3.60	0.56	มาก	4.18	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.159 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.00) รองลงมา คือ ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.89) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 1.02) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 1.01) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$, S.D. = 1.04) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 1.05) อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.99) ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 0.97) และชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$, S.D. = 1.03) ตามลำดับดังภาพที่ 4.118

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.88) ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.89) ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.96) ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.91) อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.94) รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริงอยู่ในระดับมาก

($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.98) การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.95) และชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.11$, S.D. = 0.97) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.118



ภาพที่ 4.118 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านทรัพยากร (ภูเก็ต)

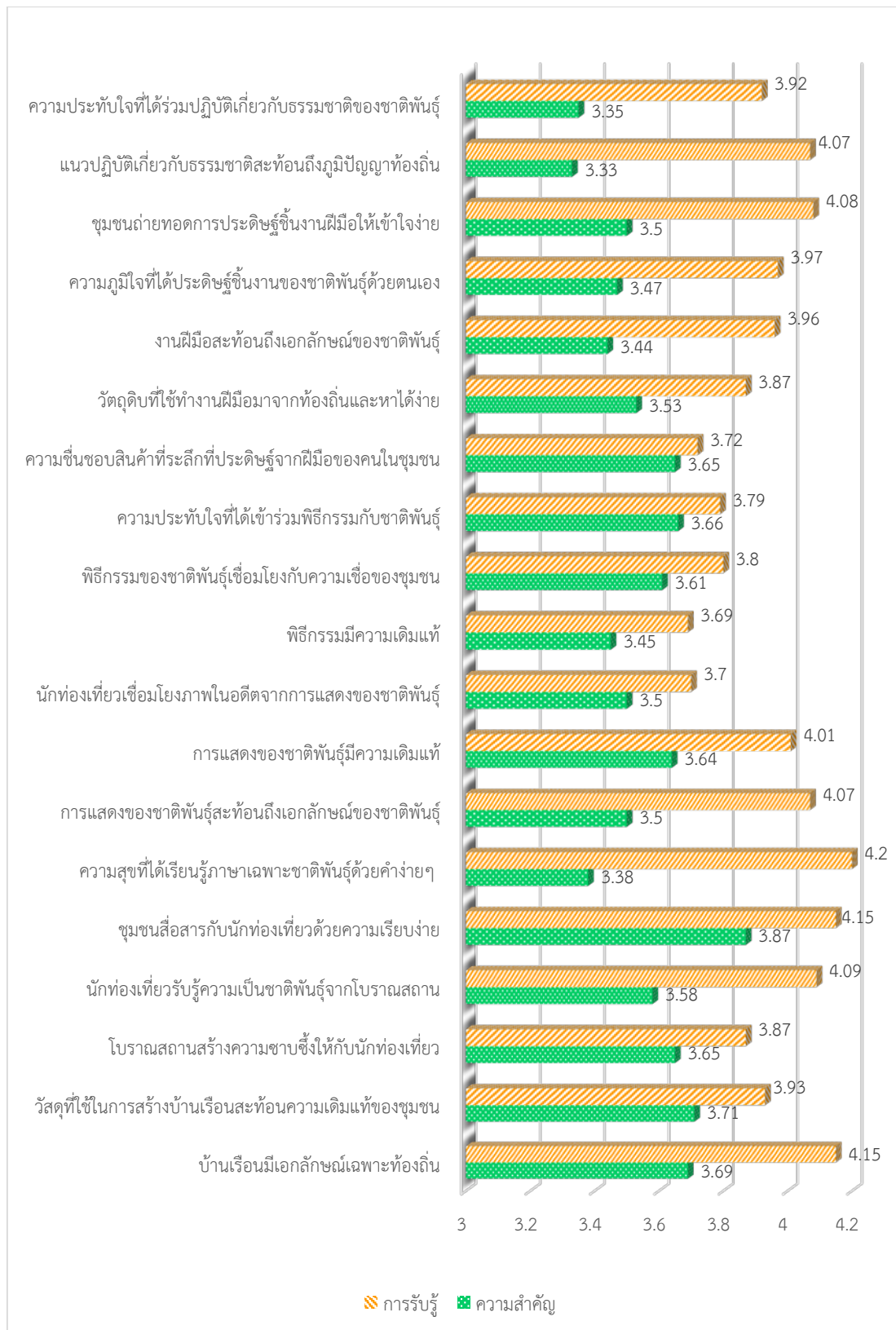
ตารางที่ 4.160 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม (ภูเก็ต)

ประเพณีวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	3.69	1.03	มาก	4.15	0.93	มาก
วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	3.71	0.97	มาก	3.93	1.02	มาก
โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว	3.65	0.97	มาก	3.87	1.00	มาก
นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถาน	3.58	1.02	มาก	4.09	1.00	มาก
ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย	3.87	0.96	มาก	4.15	0.89	มาก
ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	3.38	0.98	ปานกลาง	4.20	0.91	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์	3.50	1.00	มาก	4.07	1.00	มาก
การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้	3.64	1.03	มาก	4.01	1.00	มาก
นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์	3.50	1.04	มาก	3.70	1.06	มาก
พิธีกรรมมีความเดิมแท้	3.45	1.06	มาก	3.69	1.02	มาก
พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน	3.61	1.05	มาก	3.80	1.02	มาก
ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์	3.66	1.01	มาก	3.79	1.01	มาก
ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน	3.65	0.96	มาก	3.72	1.10	มาก
วัตถุดิบที่ใช้ทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	3.53	0.96	มาก	3.87	1.01	มาก
งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	3.44	0.96	มาก	3.96	1.05	มาก
ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานด้วยตนเอง	3.47	0.94	มาก	3.97	1.03	มาก
ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่าย	3.50	0.92	มาก	4.08	1.02	มาก
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.33	0.94	ปานกลาง	4.07	0.97	มาก
ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	3.35	1.01	ปานกลาง	3.92	1.02	มาก
รวม	3.55	0.40	มาก	3.95	0.42	มาก

จากตารางที่ 4.160 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.97) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.03) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 1.01) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับ

นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.97) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.96) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเต็มแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 1.03) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 1.05) นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 1.02) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.96) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.96) นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 1.04) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 0.94) พิธีกรรมมีความเต็มแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 1.06) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.96) ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.98) ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.98) และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.119

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เต็มแทของการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่าย ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.89) บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.93) นักท่องเที่ยวรับรู้ความเป็นชาติพันธุ์จากโบราณสถานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 1.00) ชุมชนถ่ายทอดการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้เข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 1.02) แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.97) การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 1.00) การแสดงของชาติพันธุ์มีความเต็มแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 1.00) ความภูมิใจที่ได้ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 1.03) งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 1.05) วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเต็มแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 1.02) โบราณสถานสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 1.00) วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 1.01) พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 1.02) ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 1.01) ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 1.10) นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาพในอดีตจากการแสดงของชาติพันธุ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 1.06) และพิธีกรรมมีความเต็มแท้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.02) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.119



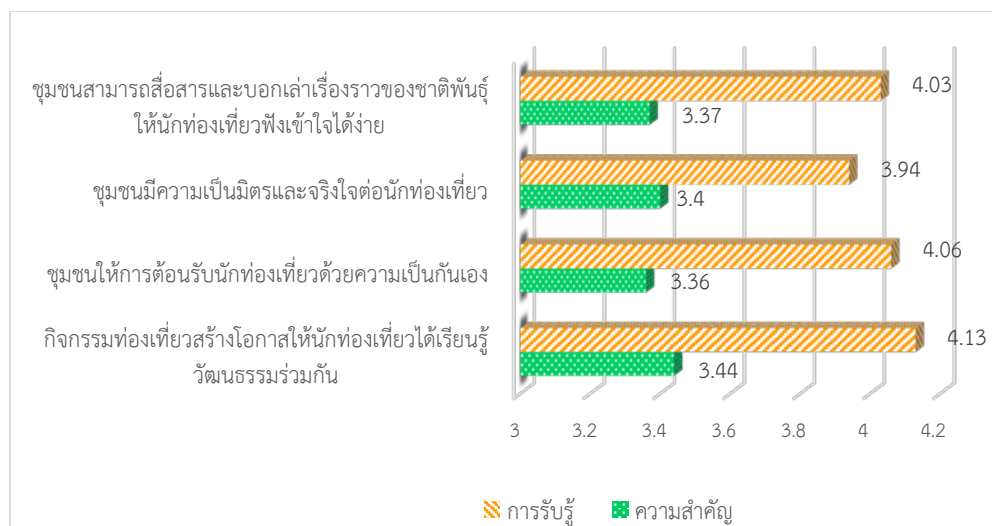
ภาพที่ 4.119 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยว
ด้านประเพณีวัฒนธรรม (ภูเก็ต)

ตารางที่ 4.161 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ภูเก็ต)

การบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความสำคัญ			ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน	3.44	0.96	มาก	4.13	0.96	มาก
ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง	3.36	0.91	ปานกลาง	4.06	0.96	มาก
ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว	3.40	0.92	ปานกลาง	3.94	0.99	มาก
ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	3.37	0.89	ปานกลาง	4.03	1.00	มาก
รวม	3.39	0.56	ปานกลาง	4.04	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.161 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 0.92) ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 0.89) และชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.120

ส่วนระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.96) ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 1.00) และชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.120



ภาพที่ 4.120 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการของชุมชน (ภูเก็ต)

4.3.1.9 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ สรุปได้ดังตารางที่ 4.162

ตารางที่ 4.162 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

ชาติพันธุ์	พื้นที่		ทรัพยากร		ประเพณีวัฒนธรรม		การบริหารจัดการ	
	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้
1. ไทดำ								
ค่าเฉลี่ย	3.54	3.74	3.32	3.75	3.32	3.70	3.35	3.56
S.D	0.64	0.72	0.52	0.51	0.29	0.44	0.15	0.54
แปลผล	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
2. ไทพวน								
ค่าเฉลี่ย	3.91	3.90	3.96	3.77	3.79	3.67	3.66	3.50
S.D	0.74	0.71	0.71	0.56	0.50	0.41	0.66	0.67
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3. ไทแสก								
ค่าเฉลี่ย	3.84	3.28	3.88	3.19	3.67	3.24	3.44	3.08
S.D	0.64	0.56	0.56	0.75	0.50	0.23	0.58	0.57
แปลผล	มาก	0.56	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง

ตารางที่ 4.162 (ต่อ)

ชาติพันธุ์	พื้นที่		ทรัพยากร		ประเพณีวัฒนธรรม		การบริหารจัดการ	
	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้	ความสำคัญ	การรับรู้
4. ไทกะเลิง								
ค่าเฉลี่ย	3.83	3.28	3.83	3.19	3.76	3.24	3.41	3.08
S.D	0.65	0.56	0.64	0.91	0.33	0.24	0.54	0.42
แปลผล	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
5. ไทข่า								
ค่าเฉลี่ย	3.54	3.65	3.40	3.53	3.45	3.66	3.35	3.56
S.D	0.68	0.74	0.55	0.54	0.37	0.43	0.52	0.70
แปลผล	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
6. ไทญ้อ								
ค่าเฉลี่ย	3.83	4.03	3.95	3.68	3.50	3.57	3.57	3.55
S.D	0.67	0.77	0.51	0.66	0.33	0.48	0.54	0.62
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
7. ไทลื้อ								
ค่าเฉลี่ย	3.74	3.28	3.79	3.19	3.60	3.24	3.38	3.09
S.D	0.57	0.56	0.46	0.41	0.34	0.51	0.49	0.42
แปลผล	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
8. กูไท								
ค่าเฉลี่ย	3.29	4.12	3.60	4.18	3.55	3.95	3.39	4.04
S.D	0.70	0.65	0.56	0.52	0.40	0.42	0.56	0.63
แปลผล	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากตารางที่ 4.162 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ของการท่องเที่ยวทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ไทดำ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.64) ทรัพยากรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.52) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.29) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.15) และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมแท้ด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.72) ทรัพยากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.51) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.44) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.54)

ไทพวน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมแท้ด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.74) ทรัพยากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.71) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.50) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.66) และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์

ไทโล่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมทางด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.57) ทรัพยากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.46) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.34) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.49) และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมทางด้านพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.56) ทรัพยากรอยู่ในระดับ

ปานกลาง ($\bar{x} = 3.19$, S.D. = 0.41) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.24$, S.D. = 0.51) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.09$, S.D. = 0.42)

ภูเก็ต นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อประสบการณ์เดิมทั้งด้านพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 0.70) ทรัพยากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.50) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.40) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, S.D. = 0.56) และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์เดิมทั้งด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.65) ทรัพยากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.52) ประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.42) และบริหารจัดการของชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.65)

ในเชิงเปรียบเทียบของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พื้นที่ ทรัพยากร ประเพณีวัฒนธรรม และการบริหารจัดการของชุมชน

ด้านพื้นที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่พบนมากที่สุด รองลงมา คือ ไทแสง ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทโล่ ไทดำ ไทข่าและภูเก็ต ในขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ต่อพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ตมากที่สุด รองลงมา คือ ไทญ้อ ไทพวน ไทข่า ไทดำ ไทแสง ไทกะเลิงและไทโล่ ตามลำดับ

ด้านทรัพยากร นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของพบนมากที่สุด รองลงมา คือ ไทญ้อ ไทแสง ไทกะเลิง ไทโล่ ภูเก็ต ไทข่าและไทดำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของภูเก็ตมากที่สุด รองลงมา คือ ไทพวน ไทดำ ไทญ้อ ไทข่า ไทโล่ ไทแสงและไทกะเลิง ตามลำดับ

ด้านประเพณีวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อประเพณีวัฒนธรรมของพบนมากที่สุด รองลงมา คือ ไทกะเลิง ไทแสง ไทโล่ ภูเก็ต ไทญ้อ ไทข่าและไทดำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ต่อประเพณีวัฒนธรรมของภูเก็ตมากที่สุด รองลงมา คือ ไทดำ ไทพวน ไทข่า ไทญ้อ ไทแสง ไทกะเลิงและไทโล่ ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการของชุมชน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการของชุมชนพบนมากที่สุด รองลงมา คือ ไทญ้อ ไทแสง ไทกะเลิง ภูเก็ต ไทโล่ ไทดำและไทข่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ต่อการบริหารจัดการของชุมชนภูเก็ตมากที่สุด รองลงมา คือ ไทดำ ไทข่า ไทญ้อ ไทพวน ไทโล่ ไทกะเลิงและไทแสง ตามลำดับ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงทั้งหมด 8 ชาติพันธุ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการดำเนินงาน (Important Performance Analysis : IPA) โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.163

ตารางที่ 4.163 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์

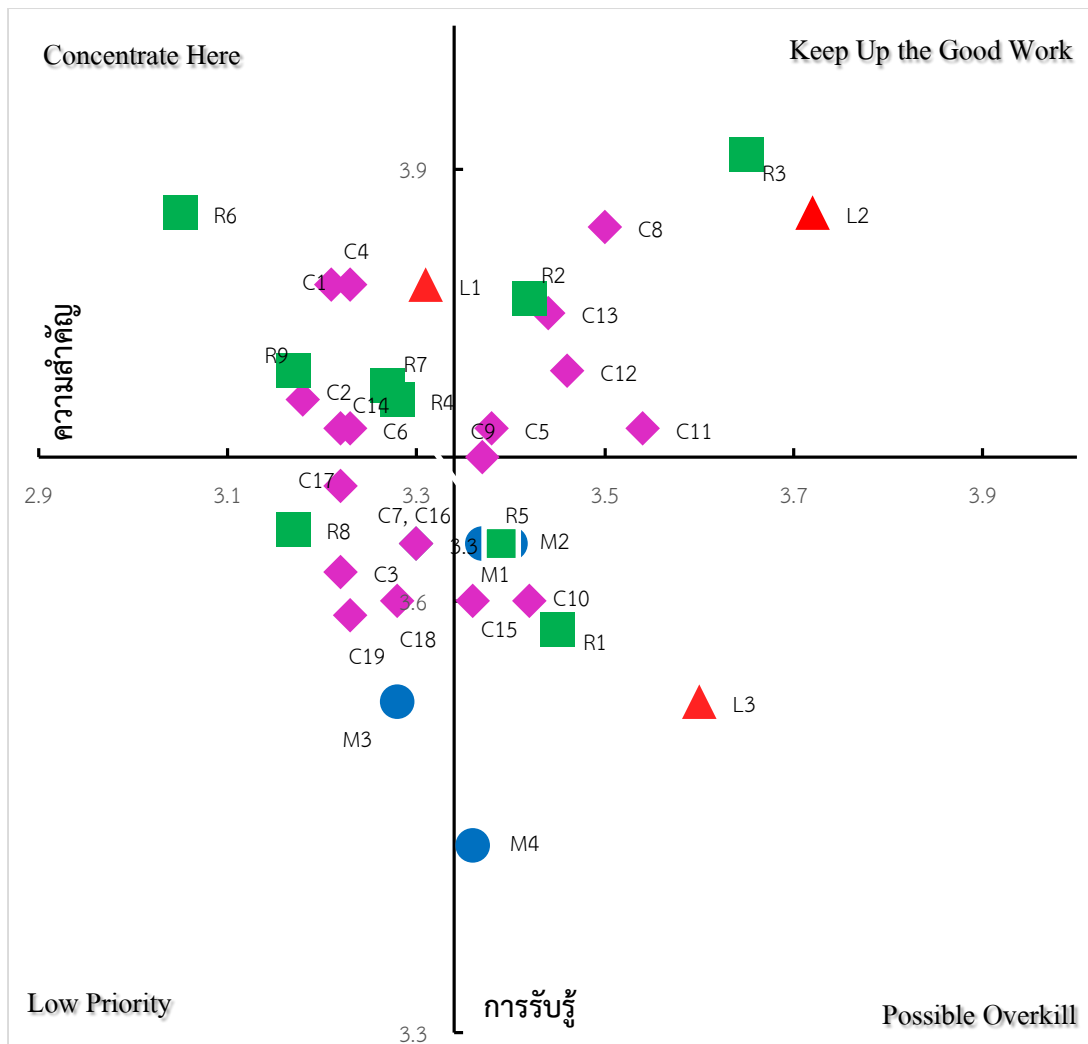
สัญลักษณ์	ปัจจัยต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้
▲ พื้นที่ (Location)	
L1	ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน
L2	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน
L3	เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน
■ ทรัพยากร (Resource)	
R1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ
R2	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา
R3	ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์
R4	ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น
R5	ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ
R6	อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย
R7	รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง
R8	การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น
R9	สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง
◆ ประเพณีวัฒนธรรม (Culture)	
C1	บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
C2	วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน
C3	โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว
C4	โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์
C5	ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย
C6	ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ
C7	การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์

ตารางที่ 4.163 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ปัจจัยต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้
C8	การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้
C9	การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน
C10	พิธีกรรมมีความเดิมแท้
C11	พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน
C12	ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์
C13	ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน
C14	วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย
C15	งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์
C16	ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง
C17	ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย
C18	แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น
C19	ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ
● การบริหารจัดการชุมชน (Management)	
M1	กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน
M2	ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง
M3	ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว
M4	ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย

4.3.2.1 ไทดำ

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.153



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.153 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทดำ)

จากภาพที่ 4.153 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทดำในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองรสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน

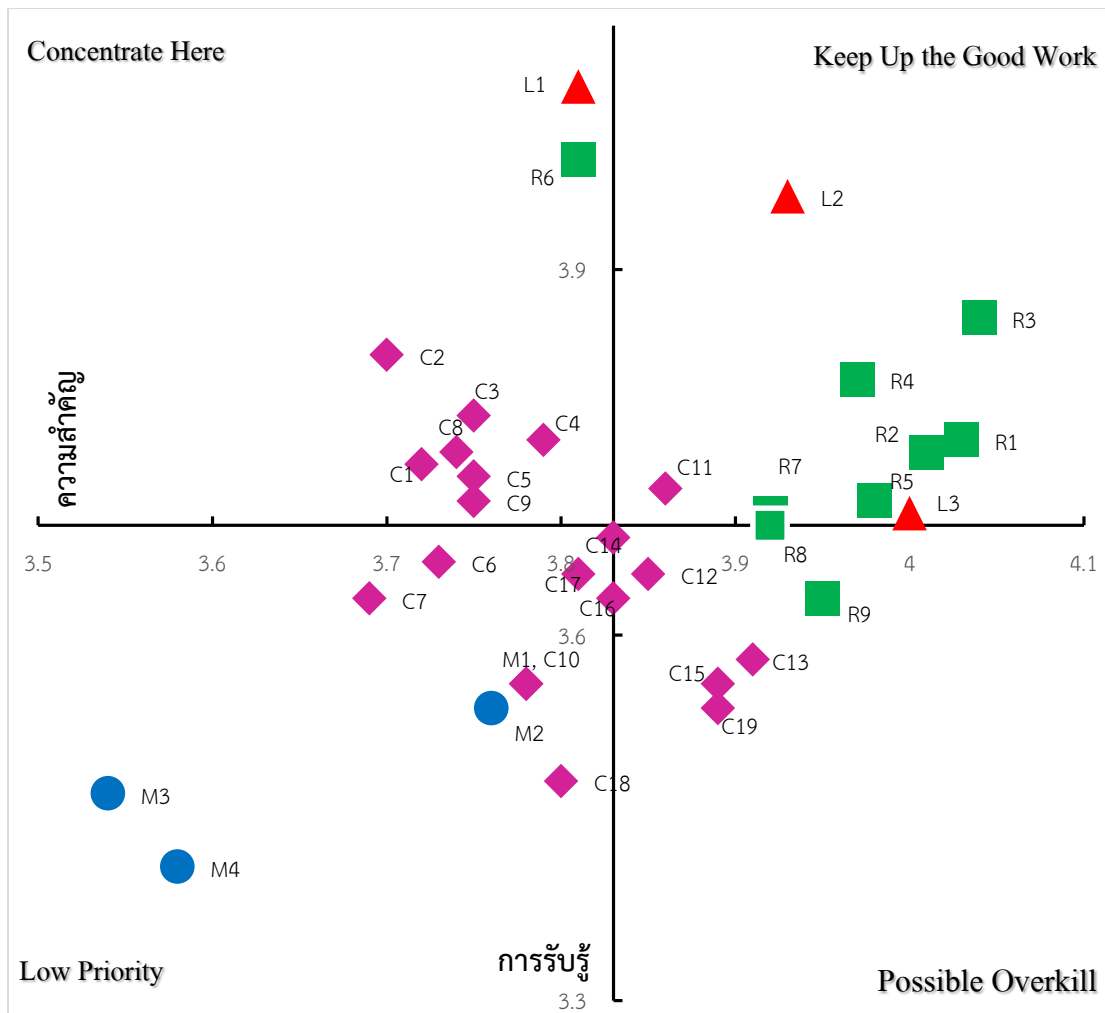
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ พิธีกรรมมีความเดิมแท้ ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วนต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทดำในอันดับต้น ๆ ได้แก่ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน ชุดแต่งกายประจำชาติพันธุ์งดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น รวมถึงอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.2 ไทพวน

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์พวน สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.154



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.154 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ไทพวน

จากภาพที่ 4.154 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทพวนในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้และการแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชนและพิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน

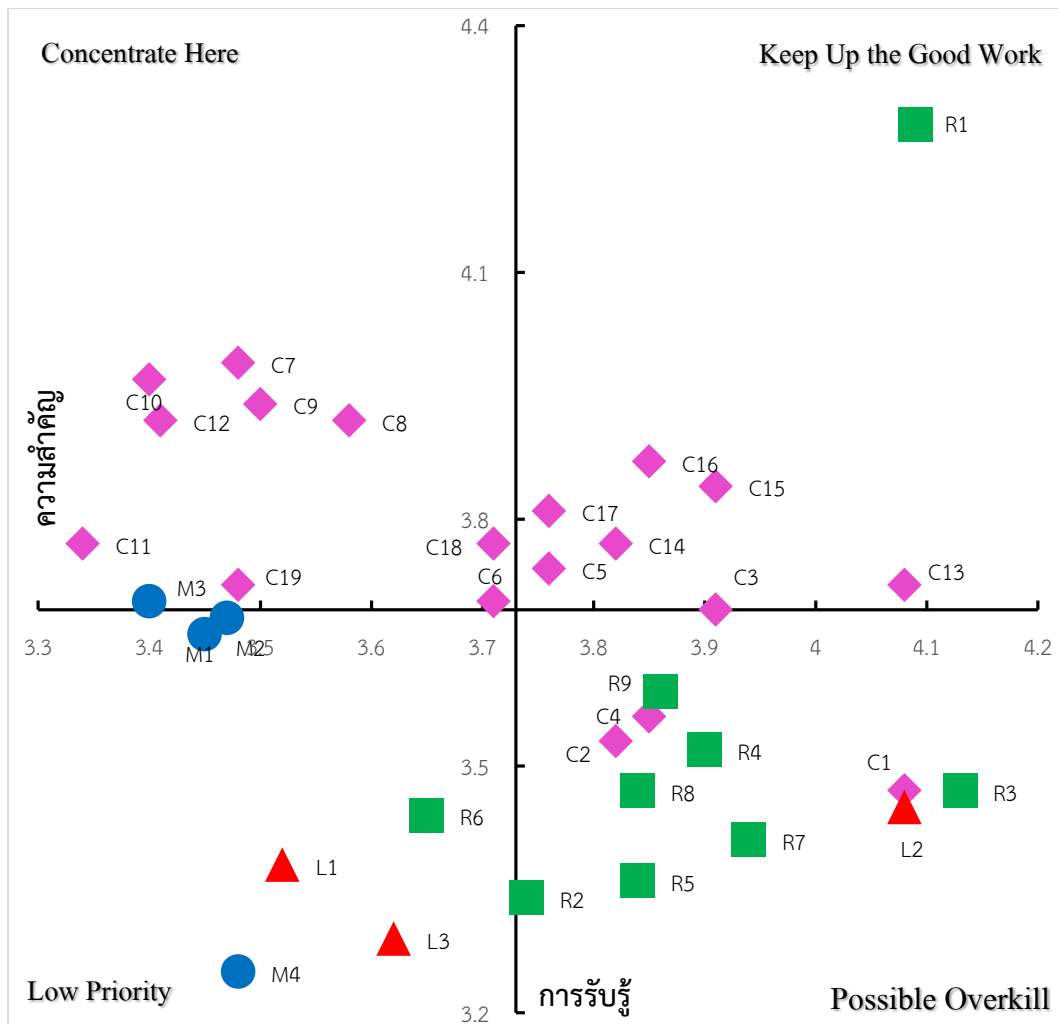
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 11 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง พิธีกรรมมีความเดิมแท้ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่ายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นและสถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทพวน ในอันดับต้น ๆ ได้แก่ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย รวมถึงโบราณสถานของชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.3 ไทแสก

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.155



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.155 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ไทแสก

จากภาพที่ 4.155 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทแสกในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ พิธีกรรมมีความเดิมแท้ ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์ สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน

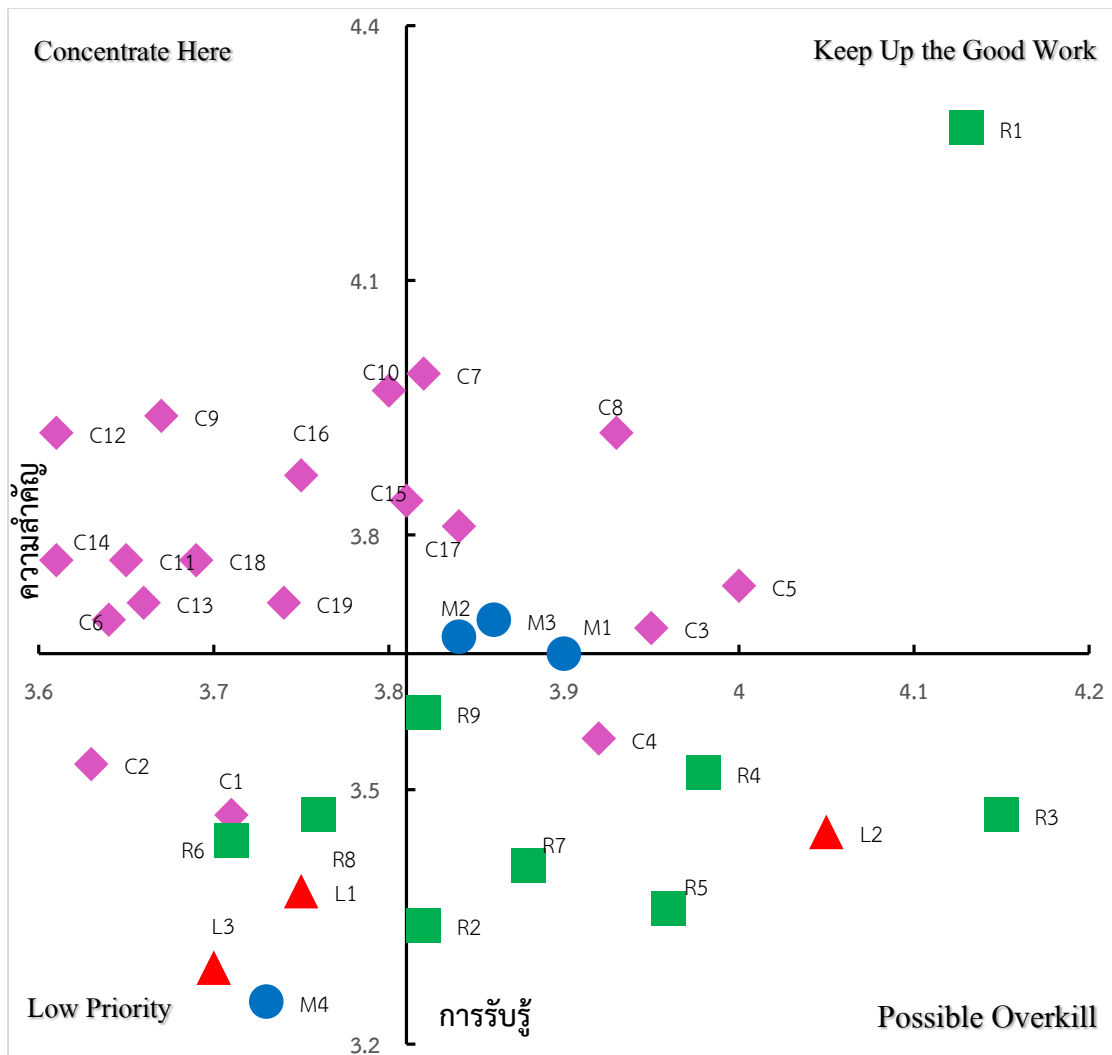
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 6 ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทแสก ในอันดับต้น ๆ ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้และความภูมิใจของนักท่องเที่ยวที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานประดิษฐ์ของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัย ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.4 ไทกะเลิง

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.156



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.156 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทกะเลิง)

จากภาพที่ 4.156 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทกะเลิง ในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 11 ปัจจัย ได้แก่ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้นักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ

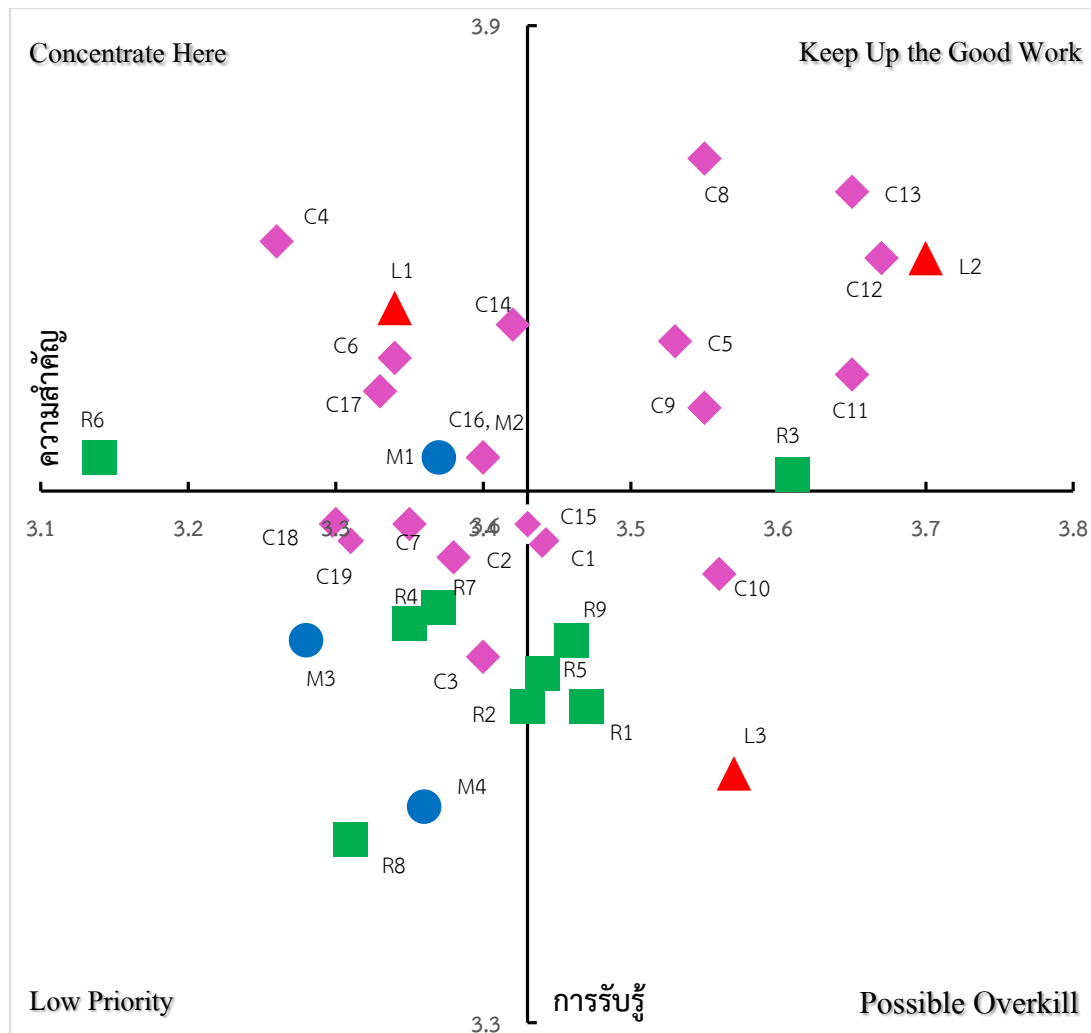
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชนและเส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน

ปัจจัยที่ตีเกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 8 ปัจจัย ได้แก่ โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์มีชีวิตชีวา ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมืองและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทกะเลิงในอันดับต้น ๆ ได้แก่ พิธีกรรมต้องมีความเดิมแท้ งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความภูมิใจของนักท่องเที่ยวที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง รวมถึงความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมตามแนวปฏิบัติหรือพิธีกรรมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.5 ไทฮา

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทฮา สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.157



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.157 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ไทข่า

จากภาพที่ 4.157 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทข่าในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 8 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน

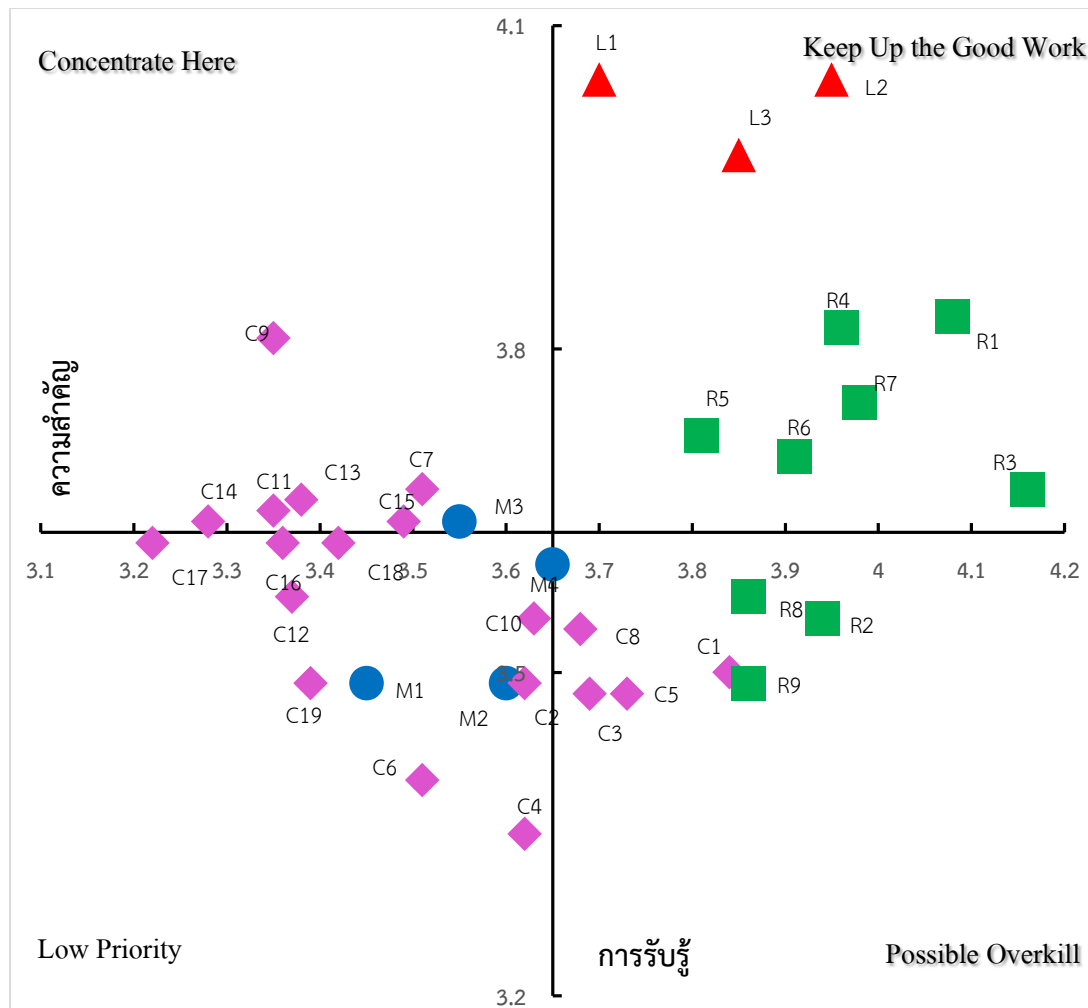
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 8 ปัจจัย ได้แก่ งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ พิธีกรรมมีความเดิมแท้ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทซาในอันดับต้น ๆ ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง รวมถึงชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.6 ไทญ้อ

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.158



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.158 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ไทญ้อ)

จากภาพที่ 4.158 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทญ้อในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายพิธีกรรมของชาติพันธุ์ เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนงานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 9 ปัจจัย ได้แก่ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความ เป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์

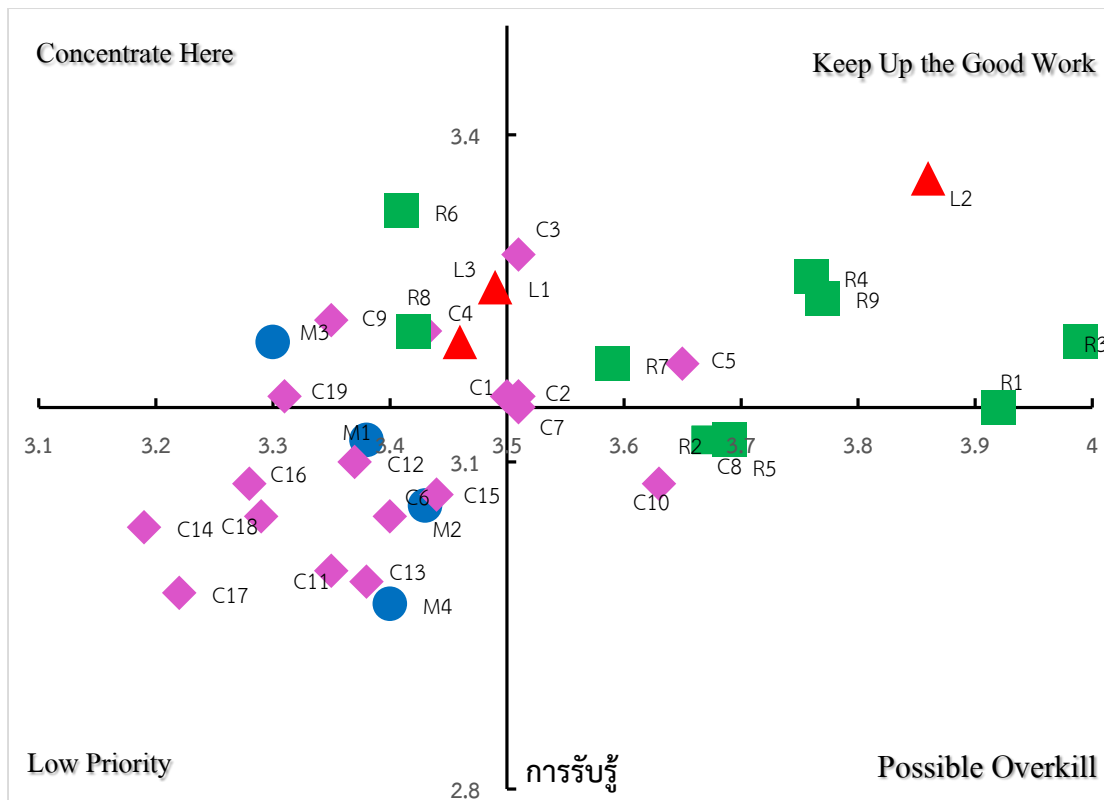
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 12 ปัจจัย ได้แก่ ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น พิธีกรรมมีความเดิมแท้ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทยอยู่ในอันดับต้น ๆ ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์และงานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ รวมถึงการแสดงความเป็นมิตรและจริงใจของชุมชนต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.7 ไทโส้

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.159



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.159 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ไทโซ่

จากภาพที่ 4.159 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทโซ่ในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 8 ปัจจัย ได้แก่ อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย สถานที่

รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ

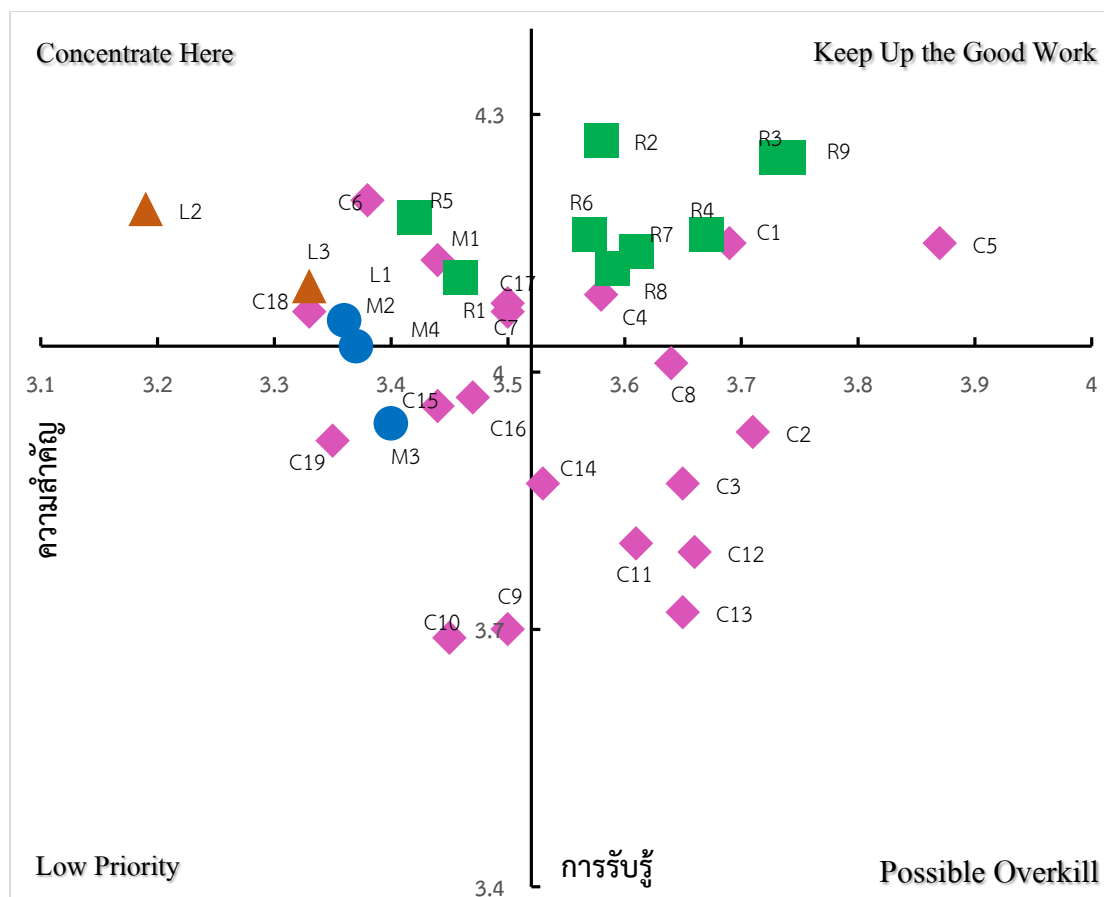
ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 12 ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย วัตถุบ่งชี้ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 5 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ พิธีกรรมมีความเดิมแท้ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทยไว้ในอันดับต้น ๆ ได้แก่ บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน รวมถึงการตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.8 ภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ภูเก็ต สามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ดังภาพที่ 4.160



* หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์ในตารางที่ 4.163 หน้า 332 -333

ภาพที่ 4.160 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับการรับรู้ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์ (ภูไท)

จากภาพที่ 4.160 พบว่า ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ภูไทในแต่ละ Quadrant มีผลการประเมินดังนี้

ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง (Concentration Here) อยู่ใน Quadrant 1 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 12 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย

ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) อยู่ใน Quadrant 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) อยู่ใน Quadrant 3 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ พบว่า มี 6 ปัจจัย ได้แก่ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน พิธีกรรมมีความเดิมแท้ ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกินไป (Possible Overkill) อยู่ใน Quadrant 4 แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความเดิมแท้สูง พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน

จะเห็นว่า ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ภูไทในอันดับต้น ๆ ได้แก่ บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ รวมถึงชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงแต่การรับรู้ต่อความเดิมแท้ต่ำ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ต่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์

การวิเคราะห์ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ต่าง ๆ โดยรวบรวมข้อมูลในแต่ละหมู่บ้านชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ดังตารางที่ 4.164

ตารางที่ 4.164 ผลการวิเคราะห์ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์

หมู่บ้านท่องเที่ยวชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง	จำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้จัก หรือเคยไปเยี่ยมชม	ร้อยละ	อันดับ
หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	1,864	11.28	5
หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	1,765	10.68	8
หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม	2,091	12.65	1
หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม	1,770	10.71	7
หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม	1,807	10.93	6
หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	2,044	12.37	3
หมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม	2,024	12.25	4
หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร	2,067	12.51	2
หมู่บ้านท่องเที่ยวชาติพันธุ์อื่น ๆ	1,094	6.62	9
รวม	16,256	100.00	

(หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.164 พบว่า ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 2,091 คน คิดเป็นร้อยละ 12.65 รองลงมา คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 2,067 คน คิดเป็นร้อยละ 12.51 หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 2,044 คน คิดเป็นร้อยละ 12.37 หมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 2,024 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 1,864 คน คิดเป็นร้อยละ 11.28 หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 1,807 คน คิดเป็นร้อยละ 10.93 หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 1,770 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 1,765 คน คิดเป็นร้อยละ 10.68 และหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ จำนวน 1,094 คน คิดเป็นร้อยละ 6.62 ตามลำดับ

4.4 วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับตัวแทนของชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนพื้นฐานความเดิมแท้ ประกอบด้วย

4.4.1 ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4.4.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

4.4.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

4.4.4 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์

จากข้างต้น รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

4.4.1 ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ชุมชนได้ให้ความสำคัญในการรักษาคุณค่าและความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผ่านรูปแบบกิจกรรมของชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนต้องการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อไม่ให้ลดทอนคุณค่าของความเดิมแท้ลงตามกระแสโลกาภิวัตน์และเงื่อนไขในปัจจุบัน ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจให้กับชาติพันธุ์และการแสดงตัวตนให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ ชุมชนยังให้ความสำคัญกับระดับความเข้มข้นของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมระหว่างชุมชนกับบุคคลภายนอก ในขณะเดียวกัน ความทันสมัยค่อยแพร่และซึมซับเข้าไปในอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ทำให้อัตลักษณ์บางอย่างเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการแต่งกายในชีวิตประจำวันของชาติพันธุ์

“การแต่งกาย ชีวิตประจำวันจะใส่ชุดธรรมดาเพราะได้รับอิทธิพลจากตะวันตกมา มาก แต่ในกรณีที่มีงาน ประเพณีที่เกี่ยวกับไทลื้อจะพร้อมใจกันใส่ชุดประจำเผ่า” (สมศักดิ์ แต้มกลาง, สัมภาษณ์ : 2558)

ทั้งนี้ ชุมชนได้ให้คุณค่ากับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ใน 3 ประเด็น คือ

4.1.1.1 คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานของชุมชน เนื่องจากชุมชนมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นชัดเจนของถิ่นที่อยู่อาศัยและการโยกย้ายถิ่นฐานดั้งเดิมจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทำให้เกิดเอกลักษณ์ในการตั้งถิ่นที่อยู่อาศัยในพื้นที่ มีการดำเนินชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ซึ่งแสดงถึงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างชัดเจน (วันชาติ ทิพย์พูล, สัมภาษณ์ : 2558) ประกอบกับชุมชนมีขนาดเล็กเช่นเดียวกับลักษณะในอดีต (ประไพศรี ใจขาน, สัมภาษณ์ : 2558 ; แหวน ซ้อนเปี้ยญ, สัมภาษณ์ : 2558)

“เส้นทางแม่น้ำโขงมีส่วนในความเจริญทางวัตถุเพราะมีการค้าสมาคมแต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยจึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิต แต่ยังคงมีคุณค่าต่อชุมชนสองฝั่งโขง” (สุรจิตต์ จันทรสาขา, สัมภาษณ์ : 2558)

4.4.1.2 คุณค่าเชิงภูมิทัศน์ธรรมชาติ ชุมชนเลือกอาศัยในพื้นที่ติดกับแม่น้ำ มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่ใกล้ชิดกับทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนวิถีชีวิต ความเชื่อและวัฒนธรรมประเพณีที่ให้ความสำคัญกับการบูชาธรรมชาติที่ยังคงสืบเนื่องจวบจนปัจจุบัน

4.4.1.3 คุณค่าทางสังคมในพื้นที่ ชุมชนมีมุมมองต่อคุณค่าความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เนื่องจากการบ่งบอกความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นภาษา การแต่งกาย งานช่างฝีมือ ศิลปะการแสดงหรือวิถีชีวิต ก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคมในพื้นที่ ชุมชนมีความสนิทสนม มิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โอบอ้อมอารี ซึ่งยังคงพบเห็นได้ในปัจจุบัน มีกิจกรรมการเล่น ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของคนในชุมชนในอดีตและควรค่าแก่การสืบทอดต่อไป

“ความเดิมแท้เป็นหลักยึดเหนี่ยวนับว่าสำคัญมากโดยเฉพาะภาษา ปัจจุบันก็ได้กระตุ้นให้อนุรักษ์ภาษาประจำเผ่าไว้ เพราะสามารถบ่งบอกเอกลักษณ์การเป็นชนเผ่าได้ดี โดยจะต้องอาศัยความภาคภูมิใจในรากเหง้าตัวเอง มีใจรักที่จะสืบทอดมรดกทางชนเผ่าของตน” (ธนิตศักดิ์ อุ้นตา, สัมภาษณ์ : 2558)

แต่ทั้งนี้ คนในชุมชนบางส่วนได้ย้ายถิ่นฐานออกไปทำงานนอกพื้นที่ ทำให้ความสัมพันธ์ของผู้คนและภาษาประจำชาติพันธุ์ในชุมชนเริ่มที่จะเจือจางลง โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างคนวัยทำงานและเยาวชนในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นผู้ที่ดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมแห่งนี้ให้คงอยู่ต่อไป

“ความเดิมแท้สำคัญมาก เพราะชนเผ่าไทลื้อมีความผูกพันคุ้นเคยกับวิถีชีวิตดั้งเดิมมาตลอดตัดขาดไม่ได้ รวมถึงความเชื่อด้วย” (คงวิทย์ พลบูรณ์, สัมภาษณ์ : 2558)

จึงต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น ชุมชนยังมีความคิดเห็นต่อคุณค่าด้านเศรษฐกิจของความเดิมแท้ เพราะเป็นสิ่งที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีความงดงามและแตกต่างจากชนกลุ่มใหญ่ จึงมีความแตกต่างและโดดเด่น ทำให้ผู้คนต่างถิ่นแสวงหาและเดินทางมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ชุมชนจึงอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไว้และยังสืบทอดมาจนปัจจุบัน ทั้งนี้ อาจปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยแต่ยังคงแก่นแท้ของอัตลักษณ์ไว้อย่างลึกซึ้งเพื่อสืบทอดเป็นมรดกทางประเพณีวัฒนธรรม

“คนในท้องถิ่นเองก็ได้ให้ความสำคัญในส่วนของการรำ เป็นการแสดงหลักที่ขาดไม่ได้ จะใช้แสดงต้อนรับแขกที่มาเยือน เรียกการรำนี้ว่า “รำโล้ทั้งบั้ง” ในการใช้ดนตรีประกอบจะผสมผสานกันระหว่างดนตรีเก่าพื้นบ้านกับเครื่องดนตรีสมัยใหม่”

เพราะวิถีการดำเนินของชีวิตต้องปรับเปลี่ยนไปตามสมัยนิยมบนพื้นฐานของการอนุรักษ์ “แบบดิบ ๆ คงไม่ได้ ทุกอย่างต้องไปด้วยกัน” (บุญยานุช วรรณยิ่ง, สัมภาษณ์ : 2558) เพื่อให้การรักษาความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น ชุมชนเห็นความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ซึ่งชุมชนมองว่า ความเดิมแท้มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานของชุมชน คุณค่าเชิงภูมิทัศน์ธรรมชาติ

ชุมชนเลือกอาศัยในพื้นที่ติดกับแม่น้ำ คุณค่าทางสังคมในพื้นที่ ชุมชนมีมุมมองต่อคุณค่าความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เนื่องจากเป็นการบ่งบอกความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ที่ชัดเจน และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ โดยมีการท่องเที่ยวเป็นตัวกลางในการส่งเสริมการอนุรักษ์ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

4.4.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

ชุมชนมีแนวทางในการสร้างภูมิคุ้มกันของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และสามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยชุมชนต่างให้ความสำคัญกับผู้นำของชุมชนในการดำเนินการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างยุติธรรมและเท่าเทียมกัน

“คงอยู่จะต้องอาศัยชุมชนเข้มแข็งรวมถึงผู้นำที่มีความเป็นกลางเพราะการอนุรักษ์สืบทอดมรดกประกอบหลาย” (เพชรตะบอง ไพศุณย์, สัมภาษณ์ : 2558)

“จะต้องยึดความเข้มแข็งในชนเผ่าเป็นหลัก มีผู้นำที่คอยประสาน จัดสรร กระจายผลประโยชน์ให้ลงตัวเพราะเมื่อมีรายได้จากการท่องเที่ยวเข้ามาจะต้องกระจายรายได้ให้ทั่วถึงมิเช่นนั้นอาจทำให้แตกความสามัคคีส่งผลให้เกิดการพัฒนาไม่ยั่งยืน” (บุญยานุช วรรณยิ่ง, สัมภาษณ์ : 2558)

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการอนุรักษ์และหวงแหนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นแนวทางที่ชุมชนกำลังปฏิบัติอยู่ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเวลาของกระแสการท่องเที่ยวได้เข้ามาในหมู่บ้าน ยิ่งทำให้ชุมชนภาคภูมิใจและต่างตระหนักที่จะอนุรักษ์ของตนเองไว้ชุมชนจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ของตนเอง

“ภาษาคือตัวชีวิตถึงเอกลักษณ์ เพราะชนเผ่าได้ได้มีการสืบสานอัตลักษณ์ที่มีมาแต่ดั้งเดิมโดยเฉพาะด้านภาษามีการสืบทอดทั้งการเขียนภาษา การใช้ภาษา ประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นรากเหง้าของไทยไว้” (เจนวิทย์ จินทวารวรรณ, สัมภาษณ์ : 2558)

อีกทั้งยังมุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้ดำเนินการที่เป็นไปตามความต้องการของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนคอยขับเคลื่อนให้เกิดการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของตนเอง เน้นการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ “ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักพื้นฐานของตนเอง เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าตัวตนให้คนอื่นรู้” (กะสิน พ่อหาร, สัมภาษณ์ : 2558) ส่วนคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ มีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน ระมัดระวัง ค่อยเป็นค่อยไป มีการพิจารณาถึงความพอเหมาะ พอดี พอควรสมเหตุสมผลและการพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

“แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจริง ๆ ก็ควรถามคนในท้องถิ่นก่อนว่าต้องการอะไร ควรเป็นคนในชุมชนที่บอกว่าอยากพัฒนาอะไรตรงไหน ทั้งนี้การพัฒนาจะเป็นไปโดยไม่ล้มรากเหง้าและความเดิมแท้ของตน” (วรสันต์ กิตติศรีวรพันธุ์, สัมภาษณ์ : 2558)

ทั้งนี้ ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีบทบาทต่อการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน โดยเป็นฝ่ายสนับสนุนและส่งเสริมการระดมทรัพยากรของชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่โดยร่วมมือจากหน่วยงานและหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายของกลุ่มชาติพันธุ์ให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

“เริ่มรื้อฟื้นประเพณีดั้งเดิมที่ชนเผ่าเคยมีมาทั้งนี้จะต้องมีงบประมาณมาเป็นส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาต่าง ๆ ต่อไป เพราะยังหาอัตลักษณ์ที่ชัดเจนไม่เจอดังนั้นจึงต้องมีการอนุรักษ์ให้ความเป็นไทยังคงอยู่ โดยจะต้องอาศัยหลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นในส่วนของโรงเรียน วัด ชุมชน ตลอดจนหน่วยงานการปกครอง” (สุขสันต์ พานอนันต์, สัมภาษณ์ : 2558)

ในด้านของกิจกรรมที่สร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่สร้างความสามัคคีในกลุ่มชุมชนแต่ละระดับและสามารถเชื่อมโยงกับทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างทั่วถึง “สำหรับเด็กและเยาวชนจะอยู่ในความดูแลสนับสนุนจากโรงเรียนที่มีหน้าที่พัฒนาปลูกฝังจิตสำนึกในการสืบสาน ส่วนผู้ใหญ่จะเป็นวัด อบต. ที่คอยดูแลให้การสนับสนุนจัดหางบประมาณต่าง ๆ” (สุขสันต์ พานอนันต์, สัมภาษณ์ : 2558) ชุมชนได้ให้ความสำคัญกับเยาวชนเพื่อปลูกจิตสำนึกคนรุ่นใหม่ให้มีการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์

“ทุกวันพฤหัสบดี นักเรียนจะใส่ชุดไทดำ เป็นการปลูกฝังให้ลูกหลานมีจิตสำนึกรักผูกพันกับบรรพบุรุษ” (เหล็ก ดอนหล้านาม, สัมภาษณ์ : 2558)

“ภาษาไทยใต้ จะบรรจุเป็นวิชาในโรงเรียนหน้าหมู่บ้าน อ้อ โรงเรียนโพนจาน นักเรียนทุกคนว่าไทใต้” (มัน แสนมอม, สัมภาษณ์ : 2558)

นอกจากนี้ ชุมชนยังตระหนักถึงการดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม ดูแลทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงการเรียนรู้ตนเองซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม

“ผมจะให้บ้านทุกหลังคาเรือน ปลูกผักสวนครัวไว้หน้าบ้าน ให้ใช้ชีวิตที่พึ่งพิงกับธรรมชาติ ให้อนุรักษ์และอย่าทำลายธรรมชาติ ผมจะสอนลูกหลานอยู่เป็นประจำ” (ถวัลย์ ผิวขำ, สัมภาษณ์ : 2558)

จะเห็นว่า การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนในสถานะที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตด้วยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศักยภาพของคนเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ประกอบกับศักยภาพของพื้นที่ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณี เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องนำมาจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ชุมชนจึงเป็นปัจจัยหลักในการเรียนรู้ กระแสการเปลี่ยนแปลงพร้อมกับการปกป้องอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงความเดิมแท้เพื่อการพัฒนาที่เป็นไปอย่างถูกต้อง

4.4.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวและมีความตั้งใจเผยแพร่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้ผู้อื่นได้รู้จักโดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนมองว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแนวทางในการอนุรักษ์ความดั้งเดิมของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้ (ปัญญา ช้ายกลาง, สัมภาษณ์ : 2558)

“แต่ด้วยศักยภาพ วิถีชีวิตที่เหมาะแก่การสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอกาญจนบุรี เนื่องจากติดริมโขงคนในท้องถิ่นก็มีความพร้อมมีแนวคิดที่จะอนุรักษ์ความเดิม ของเก่า ๆ ที่เคยมีมา และมีการจัดอนุรักษ์ประเพณีดั้งเดิมไว้ คือประเพณีแห่ต้นดอกไม้ ซึ่งเป็นงานบุญของชาวไทญ้อทำอุเทน”(พงศธร สุวรรณมาโจ, สัมภาษณ์ : 2558)

หมู่บ้านท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ เป็นการจัดแสดงวิถีชีวิตของชาติพันธุ์เพื่อเป็นกิจกรรมดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

“นครพนมมีการเตรียมหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์ดั้งเดิม 80% ขึ้นไป เช่น เเผ่ไทโส้ เเผ่ข่า โดยจะตรวจสอบหาว่าอำเภอไหนมีเผ่าที่เป็นรากเดิมเข้มข้นไม่เปลี่ยนแปลง จากนั้นจัดตั้งเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าโดยมีคณะกรรมการการบริหารดำเนินงานมาตลอดรวม 10 ปีมาแล้ว โดยจะสนับสนุนให้สืบสานอัตลักษณ์ในด้านภาษา ประเพณี วิถีชีวิต การแต่งกาย” (ธนิตศักดิ์ อุณา, สัมภาษณ์ : 2558)

ด้านการบริหารจัดการของหมู่บ้านชาติพันธุ์ ต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนในการดูแลและจัดแสดงวิถีชีวิตอย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

“หมู่บ้านชนเผ่าอาจจะต้องมีการจ้างคนดูแลเหมือนให้คนดูแลเป็นหน้า คล้ายการจัดฉากเหมือนในจีนที่จัดแหล่งท่องเที่ยวทางชนเผ่า ซึ่งได้ใช้ชีวิตตามปกติโดยคงความเดิมแท้ไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชมเรียนรู้ ซึ่งการทำแบบนี้อาจยั่งยืนมากกว่า” (บุญยานุช วรรณยิ่ง, สัมภาษณ์ : 2558)

ทั้งนี้ การสร้างรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวจะพิจารณาเชื่อมโยงกับศักยภาพของชุมชน พื้นที่ ทิวทางสังคมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชุมชนมีอยู่เดิม (เพชรตะบอง ไพศุณย์, สัมภาษณ์ : 2558 ; ธนิตศักดิ์ อุณา, สัมภาษณ์ : 2558) จะมุ่งเน้นความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสจริงต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยบรรยากาศที่เป็นกันเองของชุมชน (เจนวิทย์ จันทวรารณ, สัมภาษณ์ : 2558 ; รุ่งเรือง ราชมณี, สัมภาษณ์ : 2558) โดยเน้นการฝึกปฏิบัติขึ้นในกลุ่มเล็ก ๆ ในท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นมากขึ้น (บุญธรรม แก้วศรีนวม, สัมภาษณ์ : 2558) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จริงจากการมีส่วนร่วมจากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (บุญเทียม วงศ์กะโซ่, สัมภาษณ์ : 2558 ; อุทิศ อุโนชัย, สัมภาษณ์ : 2558 ; สันมา ศรีหาวงค์, สัมภาษณ์ : 2558) เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ท่องเที่ยวที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและการแสดงออกของคนในท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวได้อย่างกลมกลืน ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ด้านความแท้จริงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.165

ตารางที่ 4.165 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวบนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

ลำดับ ความถี่	อัตลักษณ์	กิจกรรมท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วมของ นักท่องเที่ยว
1	ทรัพยากร	ชุมชนแต่งกายด้วยชุด ประจำชาติพันธุ์ต้อนรับ นักท่องเที่ยว	สวมใส่ชุดประจำชาติพันธุ์
2	วัฒนธรรมและประเพณี	เรียนรู้ภาษาชาติพันธุ์	ฝึกพูดภาษาชาติพันธุ์กับ ชุมชนด้วยคำง่าย ๆ
3	ทรัพยากร	ชิมอาหารพื้นถิ่น	ทดลองในการประกอบอาหาร พื้นถิ่นด้วยการสาธิตจาก ชุมชน
4	วัฒนธรรมและประเพณี	ประดิษฐ์งานฝีมือของ ชาติพันธุ์ด้วยตนเอง	ฝึกทำงานฝีมือในชุมชน เช่น ทอผ้า ทำเครื่องปั้นดินเผา ทำ ตุ้มนกตุ้มหนู
5	วัฒนธรรมและประเพณี	ชมการฟ้อนรำ	ร่วมฟ้อนรำกับชุมชน
6	วัฒนธรรมและประเพณี	ชมการแสดงเกี่ยวกับความ เชื่อของชาติพันธุ์	ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการ ประกอบพิธีกรรม
7	พื้นที่	ชมวิวแม่น้ำโขง	สัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริม ฝั่งแม่น้ำโขง

(พงศธร สุวรรณมาโจ, สัมภาษณ์ : 2558 ; ธนิตศักดิ์ อุ่นตา, สัมภาษณ์ : 2558 ; บุญธรรม แก้วศรีนวม, สัมภาษณ์ : 2558 ; บุญเทียม วงศ์กะโซ่, สัมภาษณ์ : 2558 ; อุทิศ อุ่นไชย, สัมภาษณ์ : 2558 ; สันมา ศรีหาวงค์, สัมภาษณ์ : 2558; พงศธร สุวรรณมาโจ, สัมภาษณ์ : 2558 ; เจนวิทย์ จินทวรารวรรณ, สัมภาษณ์ : 2558 ; เหล็ก ดอนหล้า นาม, สัมภาษณ์ : 2558 ; มนัสดา บัวน้อย, สัมภาษณ์ : 2558 ; อาทิตย์ วงษ์คะสุ่ม, สัมภาษณ์ : 2558)

ดังนั้น การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นรูปแบบของการจัดแสดงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เน้นการสร้างประสบการณ์จริง เรียนรู้จริง ปฏิบัติจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ไปเยือนมากขึ้น

4.4.4 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

4.4.4.1 การสร้างต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ ทั้งในภาคอุปทาน (Supply-Side) เกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติพันธุ์จากปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน

องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับทั้ง 8 ชาติพันธุ์ และภาคอุปสงค์ (Demand-Side) ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อระดับความสำคัญของความเดิมแท้ในประสบการณ์ท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.166

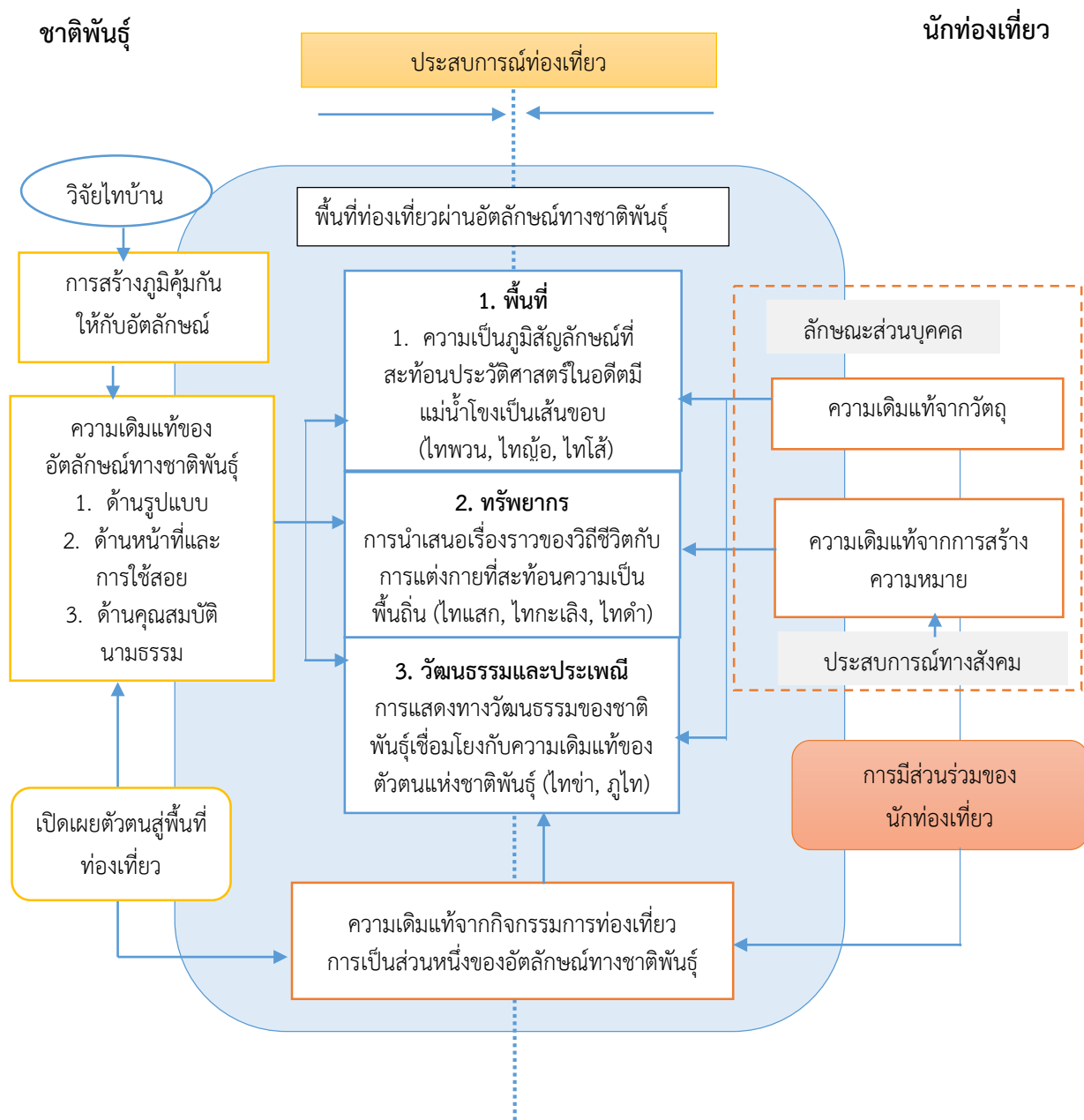
ตารางที่ 4.166 จุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

จุดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์*	คุณลักษณะหลักของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์บนความเดิมแท้	จุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
ไทดำ การแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	1. พื้นที่ 1.1 ที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต (ไทพวน, ไทญ้อ, ไทโส้) 2. ทรัพยากร 2.1 วิถีชีวิตของชุมชนพึ่งพิงธรรมชาติ (ไทแสก, ไทกะเลิง) 2.2 การแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ) 3. วัฒนธรรมและประเพณี 3.1 การแสดงของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ในอดีต (ไทข่า) 3.2 ความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่น (ภูไท)	การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 1. ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ 2. การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น 3. การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์
ไทพวน สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน		
ไทแสก ชุมชนมีวิถีชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ		
ไทกะเลิง ชุมชนมีวิถีชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ		
ไทข่า การแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน		
ไทญ้อ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีต		
ไทโส้ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน		
ภูไท สถานที่รับประทานอาหารมีความแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง		

* ผลการวิเคราะห์จาก IPA ด้านปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้สูง (Keep Up the Good Work)

4.4.4.2 ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากจุดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ คุณลักษณะหลักของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์บนความเดิมแท้และจุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อนำมาสร้างต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังภาพที่ 4.129



ภาพที่ 4.129 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

4.4.4.3 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวดำเนินการบนพื้นฐานการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ตามต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างจุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในการท่องเที่ยวอาเซียน มีรายละเอียดดังนี้

1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านพื้นที่ของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต (ไทพวน, ไทญ้อ, ไทโส้) ทั้งนี้พื้นที่ต้นแบบมี 3 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์ไทพวน ตำบลบ้านหม้อ อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย หมู่บ้านชาติพันธุ์ไทโส้ ตำบลโพนจาน อำเภอโพธิ์สุวรรณ จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านไทญ้อ ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.167

2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งในส่วนองวิถีชีวิตของชุมชนพหุวัฒนธรรมชาติ (ไทแสก, ไทกะเลิง) และการแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ) โดยมีพื้นที่ต้นแบบมี 3 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์ไทแสก ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม หมู่บ้านชาติพันธุ์ไทกะเลิง ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านชาติพันธุ์ไทญ้อ ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.168

3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งในส่วนของการแสดงของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ในอดีต (ไทข่า) และความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่น (ภูไท) โดยมีพื้นที่ต้นแบบมี 2 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์ไทข่า ตำบลอุ่มเหมา อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านชาติพันธุ์ภูไท ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.169

ตารางที่ 4.167 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
1. ด้านพื้นที่ (ที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต)			
ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply - side)			- ปันจักรยานชมวิวม่านน้ำโขง - ชมทัศนียภาพริมโขงบริเวณดอนชิงชู พร้อมฟังประวัติของหมู่บ้าน - พายเรือชมทัศนียภาพรอบบ่อใหญ่ - ยุวมัคคุเทศก์นำชมพื้นที่ของหมู่บ้านด้วยภาษาไทยกลางและสวดแทรกภาษาชาติพันธุ์เป็นบางตอน
ด้านรูปแบบ	สร้างคุณค่าด้านสุนทรีภาพของภูมิประเทศให้ดึงดูดใจ	- จัดกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์ - จัดเวทีสนทนาให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ โดยเฉพาะวัยทำงานและเยาวชน	
ด้านหน้าที่และการใช้สอย	เพิ่มคุณค่าด้านสังคมและเศรษฐกิจ	- เน้นย้ำให้ชุมชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของประวัติศาสตร์ในชุมชน ไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา - จัดกิจกรรมให้เยาวชนอนุรักษ์สืบทอดเจตนารมณ์ของชาติพันธุ์	
ด้านคุณสมบัตินามธรรม	สร้างความสัมพันธ์ของพื้นที่เชื่อมโยงกับอดีต	- ส่งเสริมอาชีพของชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติ - พัฒนาอบรมทักษะต่อยอดอาชีพของชุมชน เพื่อลดอัตราการย้ายถิ่น	
ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand - side)			
ความเดิมแท้จากกิจกรรม	สร้างความรู้สึพิเศษต่อพื้นที่ (Sense of Place)	- ปรับปรุงเส้นทางสำหรับคนเดินชมวิวิทิวทัศน์ทางธรรมชาติ - ปรับปรุงเส้นทางปั่นจักรยานริมม่านน้ำโขง - การแบ่งเขตพื้นที่ที่มีร่องรอยของประวัติศาสตร์ชุมชน - การสื่อความหมายและบอกเล่าเรื่องราวในอดีตของชุมชน	
หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์		

ตารางที่ 4.168 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ด้านทรัพยากร (ชุมชนมีวิถีชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ, การแต่งกาย)			
ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply-side)			- ใส่ชุดประจำชาติพันธุ์ - ทอผ้าที่บ้านของชุมชน หากนักท่องเที่ยวต้องการผ้าผืนที่ตนเองทอ เมื่อทอผ้าจนเสร็จเรียบร้อย ชุมชนจะส่งผ้าผืนนั้นให้กับนักท่องเที่ยว - หากอยู่ในช่วงฤดูทำนา นักท่องเที่ยวสามารถลงไปดำนา กับชุมชนได้ - เดินป่า เก็บหน่อไม้กับชุมชน - ชมวิริมโขง - ชมวิถีประมงของชุมชนริมโขง การเก็บปลาในกระชัง การปลูกผักริมฝั่งโขง - นั่งรถซาเล้ง ชมภูมิทัศน์และวิถีชุมชน - ฝึกพูดภาษาชาติพันธุ์กับชุมชนด้วยคำง่าย ๆ
ด้านรูปแบบ	- สร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมต่อการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์	- จัดตั้งชมรมอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในหมู่บ้าน - คัดเลือกผู้นำชุมชนที่มีความยุติธรรมในการบริหารจัดการ - มีกรรมการดูแลเกี่ยวกับรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว - บรรจุหลักสูตรวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ให้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา - การอบรม “เรียนรู้เท่าทันสื่อ” ให้กับเด็ก เยาวชนและวัยทำงาน เพื่อใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์อย่างถูกต้อง	
ด้านหน้าที่และการใช้สอย	- สร้างความสัมพันธ์ของชุมชนให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ - เชื่อมโยงคุณค่าของวิถีชีวิตกับสุนทรียภาพของการแต่งกายพื้นถิ่น	- จัดกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชน - จัดอบรมเกี่ยวกับคุณค่าที่แท้จริงของผืนป่าและธรรมชาติ - กระตุ้นให้ผู้คนในชุมชนใช้เวลาว่างในการทอผ้า สืบสานวิถีบรรพบุรุษ	
ด้านคุณสมบัตินามธรรม	- สร้างความงดงามของวิถีชุมชนอย่างเป็นธรรมชาติ	- จัดกิจกรรมร่วมใจใส่ชุดประจำชาติพันธุ์แบบดั้งเดิมใน 1 วันต่อสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง	

ตารางที่ 4.168 (ต่อ)

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการ ท่องเที่ยว
ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand-side)			
ความเดิมแท้จาก กิจกรรม	- สร้างความอัศจรรย์ ใจแก่นักท่องเที่ยว	- สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่ม ชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง - เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม วิถีชีวิตรอบหมู่บ้านและทดลองทอผ้า ด้วยตนเอง - การพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยความ จริงใจ	
หน่วยงานหลักที่ เกี่ยวข้อง	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		

ตารางที่ 4.169 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์
เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี (การแสดงของชาติพันธุ์, อาหารพื้นถิ่น)			
ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply – side)			- ชมการแสดงของชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อในอดีต - ร่วมพ็อนรำกับชุมชน - ฟังการบรรยายเรื่องราวของชุมชนจากยุวมัคคุเทศก์ - ร่วมประกอบอาหารพื้นถิ่นกับชุมชน - ชิมอาหารพื้นถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนที่พึงพิงธรรมชาติ
ด้านรูปแบบ	- รูปแบบของการแสดงเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในชุมชน - ประกอบอาหารพื้นถิ่นเชื่อมโยงกับธรรมชาติ	- อุปกรณ์ในการแสดงมีลักษณะดั้งเดิมหรือเชื่อมโยงกับอดีตให้มากที่สุด - จัดแสดงในพื้นที่ที่เคยเกิดขึ้นจริงในอดีต - ใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากธรรมชาติและหาได้ง่ายในชุมชน - สถานที่ในการรับประทานอาหารเอื้อต่อการสัมผัสตัวตนแห่งชาติพันธุ์	
ด้านหน้าที่และ การใช้สอย	- ถ่ายทอดความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์อย่างชัดเจน - คุณค่าของอาหารตามธรรมชาติ	- ไม่มีการเรียกรับเงินในการชมการแสดง ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงพาณิชย์ - จัดให้ยุวมัคคุเทศก์เล่าเรื่องราวและความสำคัญของการแสดงเชื่อมโยงกับความเชื่อและพิธีกรรมที่เกิดขึ้นในอดีต - ตรวจสอบคุณภาพของอาหารที่ได้มาตรฐาน	

ตารางที่ 4.169 (ต่อ)

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
ด้านคุณสมบัติ นามธรรม	- สร้างสำนึกในความเป็น ชาติพันธุ์ให้คนรุ่นใหม่และ ตอกย้ำความเป็นชาติพันธุ์ ให้คนรุ่นเก่า	- จัดกิจกรรมเกี่ยวกับทักษะทาง วัฒนธรรมให้กับชุมชนในการเลือก รับ ปรับเปลี่ยนและผสมผสาน วัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม	
ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand – side)			
ความเดิมแท้จาก กิจกรรม	- สร้างการจดจำต่อ ประสบการณ์ที่แตกต่าง จากการดำเนินใน ชีวิตประจำวัน	- จัดพื้นที่สำหรับการประกอบ อาหารพื้นถิ่น - เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วน ร่วมในการแสดงและการประกอบ อาหาร - ชุมชนบอกเล่าเรื่องราวและ ความสำคัญของการประกอบ อาหารพื้นถิ่นเชื่อมโยงกับ ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น	
หน่วยงานหลักที่ เกี่ยวข้อง	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานสาธารณสุข การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจจากการเยี่ยมชมความแปลกใหม่และความโดดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ร่วมกิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนศิลปะและการแสดงต่าง ๆ ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนพื้นฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวพิจารณามุมมองของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ประกอบกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงมีการเปิดพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้พบปะกันสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประสบการณ์และคุณค่าการท่องเที่ยวทั้งต่อนักท่องเที่ยวและชุมชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์บนความเดิมแท้ โดยพิจารณาทั้งในส่วนของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (รูปแบบ, หน้าที่และการใช้สอย, คุณสมบัตินามธรรม) และประสบการณ์ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวจากการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบกับการตีความหมายความเดิมแท้จากอัตลักษณ์ พร้อมทั้งเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกัน การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมในกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกาภิวัตน์ให้กับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา เพื่อเป็นฝ่ายขับเคลื่อนและสนับสนุนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยวอาเซียนต่อไป

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง” เป็นการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีทั้งสิ้น 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ไทยดำ ไทยวน ไทยแสก ไทกะเลิง ไทข่า ไทญ้อ ไทส่วยและญไท ใน 4 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนมและมุกดาหาร เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง 4 วัตถุประสงค์ ได้แก่

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

เนื้อหาในบทนี้ ประกอบด้วย

5.1 สรุปผล

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากข้างต้น รายละเอียดดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

5.1.1.1 ไทยดำ

ไทยดำมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งใน พ.ศ. 2535 เป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์เปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองและเลือกพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีทุ่งนา และภูเขาล้อมรอบคล้ายกับลักษณะภูมิประเทศของเมืองเดียนเบียนฟู ประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นถิ่นที่อยู่ดั้งเดิม

ด้านทรัพยากร ชุมชนยังคงทำไร่ ทำนา ไร่ข้าวโพดและถั่วเหลืองเพิ่มขึ้น และรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน โดยมีหอเจ้าบ้านใช้ประกอบพิธีเลี้ยงเจ้าบ้านไทดำเหมือนในอดีตแต่ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าร่วมพิธีกรรม ซึ่งไม่ถือว่าเป็นการทำผิดต่อประเพณี

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านเรือนไทยดำมีความเป็นสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงจากบ้านสองชั้น พื้นสูง มีใต้ถุนบ้าน ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาพูดและเขียนเป็นภาษาเฉพาะชาติพันธุ์เหมือนในอดีตแต่ใช้ภาษาไทยกลางในการติดต่อกับบุคคลภายนอก เนื่องจาก

ชุมชนติดต่อสื่อสารกับคนภายนอกกลุ่มชาติพันธุ์มากขึ้น ชุมชนมีการแต่งกายที่เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณี ผู้เฒ่าผู้แก่ยังคงแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ผูกพันกับธรรมชาติเอกลัษณ์แต่แต่ ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม โดยเฉพาะการแขปางถูกนำมาเป็นการแสดงของชาติพันธุ์ที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพต่อหมอดประจำหมู่บ้านซึ่งในอดีตปฏิบัติ 1 ครั้งใน 3 ปีและจัดกิจกรรม 3 วัน 3 คืน มาเป็นการแสดงเพื่อการท่องเที่ยว ความเชื่อเรื่องแถนมีเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยจึงไม่จำเป็นต้องให้แถนช่วยและน้ำเพียงพอก็ไม่ขาดแคลนเหมือนในอดีต แต่ความเชื่อเรื่องผีเรือน ไทดำยังคงปฏิบัติเหมือนเดิมแต่อนุญาตให้คนอื่นเข้าไปห้องกะล่อห้องได้ในวันป่าดงใหญ่ และยังคงปฏิบัติพิธีแบ่งขวัญอย่างต่อเนื่อง งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้า ต้มนึ่งตุ๋นหมัก ยังคงสืบทอดเพื่อประยุกต์เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว ส่วนการตีเหล็กได้สูญหายไปเนื่องจากไม่มีผู้สืบทอด

ด้านการบริหารของชุมชน ไทดำยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม แต่มีความเข้มข้นน้อยลง เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ความเชื่อเหล่านี้จางหายไป

5.1.1.2 ไทพวน

ไทพวนมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2545 เป็นช่วงเวลาที่สำคัญเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำคล้ายกับลักษณะภูมิประเทศเมืองเชียงขวาง ผังประเทศลาวที่เลือกพื้นที่ตั้งเป็นพื้นที่ลุ่มน้ำ ซึ่งเป็นถิ่นที่อยู่ดั้งเดิมของไทพวน

ด้านทรัพยากร ชุมชนในอดีตทำนา หาปลา ทำสวนริมฝั่งโขงและข้ามไปทำสวนยาสูบ สับปะรด ปลูกพืชผักสวนครัว ที่ฝั่งลาวในปัจจุบันยังมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ แต่มีการพึ่งพิงน้อยลงกว่าเดิม เนื่องจากชุมชนประกอบอาชีพอื่น และรักษาทรัพยากรธรรมชาติปลูกต้นไม้ริมน้ำโขงเพื่อป้องกันดินทรุดและรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน โดยมีหอแม่ปางอ้าวที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ และกราบไหว้เหมือนในอดีต

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านเรือนไทพวนมีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้น เปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นบ้านยกใต้ถุนสูง หลังคาทรงสูง ใช้กระเบื้องดินขอมุงหลังคา มีห้องครัว ห้องพระ ห้องนอน ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันโดยใช้ภาษาไทพวน หากติดต่อกับบุคคลภายนอก จะใช้ภาษาไทยกลาง ชุมชนมีการแต่งกายที่เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก สำหรับคนเฒ่าคนแก่จะแต่งกายแบบไทพวนอยู่บ้างแต่ไม่เต็มรูปแบบ เช่น นุ่งผ้าถุงที่ทำมาจากฝ้ายที่ทอเอง แต่สวมเสื้อทำจากใยสังเคราะห์คนในชุมชนจะแต่งชุดประจำชาติพันธุ์ในวันงานประเพณี เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ปลาในแม่น้ำโขง นำอาหารใส่พาข้าว เอกลัษณ์แต่แต่ ศิลปะการแสดงหมอลำไทพวนจัดขึ้นตามงานประเพณี เทศกาล งานเลี้ยง งานสังสรรค์และต้อนรับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชม ความเชื่อและพิธีกรรมแสดงถึงความเคารพและศรัทธาต่อแม่ปางอ้าวยังคงมีดังเช่นในอดีตแต่อาจมีองค์ประกอบ

ในการทำพิธีกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสมของชุมชนและชาวไทพวนยังคงสืบทอดพิธีกรรมขึ้นบ้านใหม่และปฏิบัติกันสืบมาถึงปัจจุบัน งานช่างฝีมือดั้งเดิมเช่นการจักสาน ทอเสื่อ ทอผ้า เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมากเนื่องจากชาวบ้านสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป เหลือเพียงการทอเสื่อที่จะทำเฉพาะช่วงเวลาที่มิดันผืนและทำเป็นบางบ้านเท่านั้น

ด้านการบริหารของชุมชน ไทพวนให้ความเคารพแก่ผู้อาวุโสและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม เหมือนเช่นในอดีต

5.1.1.3 ไทแสก

ไทแสกมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 เป็นช่วงเวลาที่อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงและมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นอดีต

ด้านทรัพยากร แต่เดิมชุมชนประกอบอาชีพบนที่ดินที่ติดริมแม่น้ำ แต่ปัจจุบันชุมชนมีการใช้ประโยชน์และพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติน้อยลงเพราะประกอบอาชีพอื่น และเคารพศาลองค์มุ่เหมือนเป็นศาลหลักบ้านที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ชุมชนให้ความเคารพนับถือเหมือนในอดีตไม่เสื่อมคลาย

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านเรือนไทแสกมีรูปแบบบ้านตามสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงจากเป็นบ้านยกพื้นสูง ทำด้วยไม้ไผ่ เสาไม้ไผ่ ฝากระแตะและชั้นบนเป็นห้องนอน มีใต้ถุนสำหรับนั่งเล่น เลี้ยงสัตว์ ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทแสกเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยเท่านั้น ซึ่งอาจมีการใช้ภาษาไทยร่วมด้วย แต่ปัจจุบันเยาวชนรุ่นใหม่ใช้ภาษาไทยกลาง ทำให้ภาษาไทแสกเริ่มจางหาย การแต่งกายแต่เดิมเป็นเสื้อหม้อห้อม สีดำ กางเกงขาก๊วย ได้นำมาจากเวียดนาม แต่ปัจจุบันชุมชนจะแต่งกายตามสมัยนิยมในชีวิตประจำวัน และแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ไทแสก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะหรือแต่งกายตามงานที่สำคัญในจังหวัดเท่านั้น เรียกได้ว่ามีความเปลี่ยนแปลงจากในอดีตอย่างมาก นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของไทแสกเป็นอาหารที่ทำจากปลา หมู ไก่ รสจัด นึ่งทานกับพื้น เน้นประหยัด ในปัจจุบันปลาเป็นอาหารพื้นบ้านหลักของชุมชน รูปแบบของอาหารจะผสมผสานกับอาหารสมัยใหม่ แต่ศิลปะการแสดงแสดเด่นสากเป็นการรำถวาย บวงสรวงต่อองค์มุ่ ห้ามเล่นที่อื่น แต่ปัจจุบันนำมาเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทแสกได้เนื่องจากขออนุญาตองค์มุ่แล้ว ความเชื่อทางไสยศาสตร์ เครื่องทรง ทรงผี ในวันขึ้น 15 ค่ำ มีการทรงผีเข้า ผีออก งานบวงสรวง ยังปฏิบัติประจำทุกปี แต่การทรงผีเข้าผีออกนั้น ได้สูญหายไปแล้ว งานช่างฝีมือดั้งเดิมยังมีการจักสานอยู่บ้าง ทำไว้ใช้ในครัวเรือนหรือทำเพื่อจำหน่ายบ้าง แต่ไม่ได้ทำเป็นธุรกิจ

ด้านการบริหารของชุมชน ไทแสกยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่องค์มุ่ เนื่องจากเป็นผู้นำกลุ่มอพยพที่พาไทแสกมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยเมื่อท่านเสียชีวิตแล้ว ชุมชนจึงตั้งศาลองค์มุ่ เพื่อเป็นการระลึกถึงบุญคุณของท่านและจัดงานบวงสรวงขึ้นเป็นประจำทุกปี

5.1.1.4 ไทกะเลิง

ไทกะเลิงมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 เป็นช่วงเวลาที่อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชน

ยังคงตั้งถิ่นฐานที่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำคล้ายกับที่บ้านกุดน้ำแล้ง แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นถิ่นที่อยู่ดั้งเดิมของไทกะเลิง

ด้านทรัพยากร ชุมชนมีวิถีชีวิต ทำนา จับปลา หาเห็ด ทำบริโภคเองในครัวเรือนและจัดจำหน่ายและชุมชนมีการอนุรักษ์การรักษาความสะอาดของดอนตาทอง

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ในอดีตไทกะเลิงมีรูปแบบการสร้างบ้านโดยนิยมปลูกเรือนเป็นหลังเดี่ยว ยกพื้นสูงประมาณ 1.5-2.0 เมตร วัสดุหาได้จากท้องถิ่น เสาทำจากไม้เนื้อแข็ง เครื่องเรือนทำจากไม้หรือไม้ไผ่ บ้านเรือนส่วนใหญ่เป็นแบบสมัยใหม่ มีการประยุกต์บ้านเดิมของไทกะเลิงตามสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารพูดคุยด้วยภาษาไทกะเลิงผสมผสานกับภาษาไทยกลาง หากติดต่อกับคนภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง การแต่งกายเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในช่วงเหตุการณ์พิเศษ ชุมชนแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่าเพื่อต้อนรับแขกผู้มาเยือน นอกจากนี้ชุมชนมีการอนุรักษ์ชุดประจำเผ่าโดยนักเรียนจะแต่งกายชุดไทกะเลิงในทุกวันพฤหัสบดี ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการกินที่คล้ายกับอดีต เช่น ไข่มดแดงผัดหวาน หวาย จิหล่อ จินาย ศิลปะการแสดง เช่น การแสดงกลองตุ้ม การร้องสารถีญะ หมอลำย้อนยุค มีวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนไปแต่ยังคงความสนุกสนาน เพลิดเพลินและถูกนำมาจัดแสดงเพื่อการท่องเที่ยว พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องผียังหลงเหลืออยู่ ปัจจุบันนับถือพระพุทธศาสนาเป็นหลักพร้อมกับนับถือผี จึงมีแนวปฏิบัติตามหลักพระพุทธศาสนา คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้า ปัจจุบันยังมีทอผ้า สานตะกร้า เครื่องใช้ต่าง ๆ ทำใช้เองในครัวเรือนและจำหน่าย

ด้านการบริหารของชุมชน ชุมชนมีนับถือและจัดงานการไหว้ผู้เฒ่า โดยมีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม

5.1.1.5 ไทข่า

ไทข่ามีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 เป็นช่วงเวลาที่มีอัตลักษณ์ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานและยังมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำและผืนป่าเหมือนเช่นดังอดีต

ด้านทรัพยากร ในอดีตชุมชนไทข่าทำไร่ทำสวนและดำรงชีวิตด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ทั้งอาหารและการดำเนินชีวิตประจำวัน แต่ในปัจจุบันชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติลดน้อยลงแต่เปลี่ยนเป็นการทำไร่เป็นทำสวนยางพาราแทน และรักษาธรรมชาติด้วยการปลูกป่าที่เสียหายไปรวมถึงการดูแลรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน คือ ดอนปู่ตา เป็นที่เคารพบูชาของคนในชุมชน

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านเรือนไทข่าในปัจจุบันมีการประยุกต์ต่อเติมไปแต่ยังคงเป็นเรือนยกสูงไว้ มีชานและครัวอยู่นอกบ้าน มีหน้าต่างน้อย มีเรือนเหี้ย แต่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้ ส่วนใหญ่ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทข่าเฉพาะกลุ่มไทข่าและใช้ภาษาไทยกลางสื่อสารกับกับคนนอกพื้นที่ การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณียังคงแต่งกายด้วยชุดที่ทำจากผ้ามัดหมี่ผสมผสานกับเสื้อผ้าสมัยใหม่ และนิยมสืบทอดเมื่อใส่ไปวัด แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายแบบไทข่าเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ชุมชนยังคงบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติเรียบง่ายเช่นอดีต แต่ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม เช่น พิธีเหยา ปะลองแคนเกี้ยวกะมุล (รำฟ้อนเกี้ยวสาว) ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความ

เคารพประยุกต์เป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ความเชื่อเกี่ยวกับการบูชาผีเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจาก การแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยได้ผลเร็วจึงไม่จำเป็นต้องใช้พิธีเหยาแต่ยังคง สืบทอดอยู่เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ งานช่างฝีมือยังคงทอผ้าไว้ใช้ในครัวเรือนและในปัจจุบันมีการทอเสื้อ ทอผ้า จักสาน เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาเยือน

ด้านการบริหารของชุมชน ไทเขายังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ หมอสูตรขวัญ

5.1.1.6 ไทญ้อ

ไทญ้อมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2545 เป็นช่วงเวลาที่ยอดลักษณะเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชน ยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต

ด้านทรัพยากร ชุมชนไทญ้อมีวิถีชีวิตที่ลดการพึ่งพิงธรรมชาติ ให้ความสำคัญ กับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงการขนส่งทางน้ำเป็น ทางบก และมีศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้ง พระธาตุท่าอุเทนและองค์พระบางเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของ ชุมชน

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ในอดีตลักษณะบ้านเรือนพื้นถิ่นของไทญ้อจะยก ใต้ถุนสูงแต่ในปัจจุบันเป็นบ้านสมัยใหม่เข้ามาแทนที่ แต่มีการสร้างขึ้นเพื่ออนุรักษ์และเป็นตัวอย่าง ในการศึกษา คนในชุมชนมีการสื่อสารในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันโดยใช้ภาษาไทญ้อ หากติดต่อกับ บุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง ชุมชนมีการแต่งกายที่เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจาก ได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวังงานประเพณียังมีการ แต่งกายแบบดั้งเดิมอยู่บ้างแต่เป็นการผูกผ้าขาวม้าในงานต่าง ๆ ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะ การต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนยังคงบริโภคอาหารพื้นบ้านที่เรียบง่าย ศิลปะการแสดงมีการรำไทญ้อซึ่งเป็นการแสดงหนึ่งในชุด รำบูชาพระธาตุพนมที่ปรับเปลี่ยนบทบาทจากอดีตที่เป็นการรำเพื่อบูชาพระธาตุพนมและในปัจจุบัน เป็นการรำต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ามัดหมี่ยังทำเฉพาะบางบ้าน เท่านั้น ส่วนการทำเครื่องปั้นดินเผา ยังคงสืบทอดจากบรรพบุรุษจนกลายเป็นสินค้า OTOP ของ หมู่บ้าน

ด้านการบริหารของชุมชน ไทญ้อยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ เจ้าเฒ่าและเจ้าไต้ง เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในชุมชน

5.1.1.7 ไทโส้

ไทโส้มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 เป็นช่วงเวลาที่ยอดลักษณะเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชน ยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่มีหนองน้ำและมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำดังเช่นในอดีต

ด้านทรัพยากร ชุมชนทำสวนยางพารามากขึ้น เนื่องจากมีรายได้ดีกว่าการทำ ไร่ทำนา แต่การทำนายังคงมีอยู่ และวัดเป็นโบราณสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านไทโส้ ยังคงใช้พื้นที่ใต้ถุนบ้านสำหรับการ ทอผ้า ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยน้อยลง การแต่งกายเป็นไปตามสมัย

นิยม ส่วนในวันงานประเพณีจะนุ่งผ้าถุงที่ทอเอง สวมเสื้อสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษ โดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยวชุมชนจะการแต่งกายของชาติพันธุ์ไทโส้ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนยังคงบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ แต่ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม โดยเฉพาะการรำโล้ที่ทั้งบั้งถูกนำมาเป็นการแสดงของชาติพันธุ์ที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพต่อผีบรรพบุรุษมาเป็นการแสดงเพื่อการท่องเที่ยว พิธีเหยาได้เปลี่ยนบทบาทไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยจึงไม่จำเป็นต้องมีการเหยาช่วย แต่ความเชื่อในการเลี้ยงผีปู่ตา ยังคงปฏิบัติเหมือนเดิม งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับผ้ามัดหมี่ การจักสาน ยังคงสืบทอดมาและนำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกของชุมชน การจักสานมีจำนวนน้อยลง และทำไว้ใช้เองเท่านั้น

ด้านการบริหารของชุมชน ไทโส้ยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ พ่อจ๋า แม่แก้ว

5.1.1.8 ภูไท

ภูไทมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2549 เป็นช่วงเวลาที่สำคัญเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่พื้นที่หุบเขา เน้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติคล้ายกับลักษณะเดิมที่ใช้เป็นถิ่นที่อยู่ของภูไท

ด้านทรัพยากร ชุมชนมีความผูกพันกับธรรมชาติตลอดแต่ยังพึ่งพิงธรรมชาติในการดำเนินชีวิตและมีโบราณสถาน ภูไทเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทารามและพระพุทธศิรีเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาและเป็นศูนย์รวมของชุมชนตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน

ด้านประเพณีและวัฒนธรรม บ้านเรือนภูไทมีรูปแบบบ้านสมัยใหม่แบบตะวันตก สองชั้นเปลี่ยนแปลงจากบ้านเรือนแบบทรงสูง 2 ชั้น ชุมชนมีการติดต่อสื่อสารสนทนาในชุมชนโดยใช้ภาษาภูไท ติดต่อกับบุคคลภายนอกด้วยภาษาไทยกลาง การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณีจะแต่งกายด้วยชุดภูไทประยุกต์กับเสื้อผ้าสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่าเพื่อจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่มีตามฤดูกาลศิลปะการแสดงฟ้อนภูไทใช้ในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองเช่นอดีต ความเชื่อเรื่องการเลี้ยงผีตาแฮก การเลี้ยงผีปู่ตายังมีการสืบทอดเป็นบางครั้งคราว งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ายังคงสืบทอดมาเช่นการทอผ้าฝ้าย ผ้าหมักโคลนเพื่อใช้เองและจำหน่าย การจักสานที่ยังคงเหลืออยู่

ด้านการบริหารของชุมชน ภูไทยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและยังให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรมยังคงมีแนวปฏิบัติเหมือนในอดีตแต่ปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม

5.1.2 วัดอุปประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชน โดยนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทาง

ชาติพันธุ์ที่ชุมชนต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1.2.1 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

1) ไทดำ

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทดำในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ ลักษณะบ้านเรือนไทดำ อันดับสอง คือ ภาษาไทดำ อันดับที่สาม คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ และอันดับสุดท้าย คือ จ้า (ร่างทรง)

2) ไทพวน

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทพวนในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ อันดับสอง คือ ภาษาไทพวน อันดับที่สาม คือ หอมนางอั่ว และฮิตสิบสอง คองสิบสี่ และอันดับสุดท้าย คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ

3) ไทแสก

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทแสกในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ อันดับสอง คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (รินน้ำโขง) อันดับที่สาม คือ ทอผ้า จักสาน และอันดับสุดท้าย คือ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์

4) ไทกะเลิง

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทกะเลิงในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง) อันดับสอง คือ ความเชื่อ อันดับที่สาม คือ ทอผ้า จักสาน และอันดับสุดท้าย คือ บ้านเรือนพื้นถิ่น

5) ไทข่า

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทข่าในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ อันดับสอง คือ สวนดอกไม้ อันดับที่สาม คือ ทอผ้า จักสาน และอันดับสุดท้าย คือ ศาลปู่ตา

6) ไทญ้อ

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทญ้อในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ อันดับสอง คือ พระธาตุท่าอุเทน อันดับที่สาม คือ รำไทญ้อ และอันดับสุดท้าย คือ คี๋หมอเปา

7) ไทโส้

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ไทโส้ในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ ฮิตสิบสอง คองสิบสี่ อันดับสอง คือ ทอผ้า จักสาน อันดับที่สาม คือ ภาษาไทโส้ และอันดับสุดท้าย คือ คาถาอาคม

8) ภูไท

ชุมชนมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ภูไทในการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ วิถีชีวิตตามธรรมชาติ อันดับสอง คือ อาหารตามฤดูกาล อันดับที่สาม คือ ภูเขาล้อมรอบหมู่บ้านและการแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ และอันดับสุดท้าย คือ ฮิตสิบสอง คองสิบสี่

5.1.2.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอยและด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ

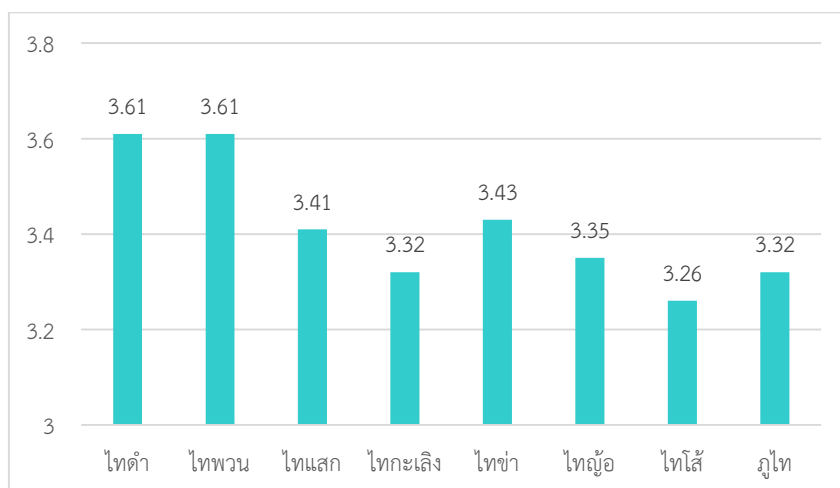
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยไทแสกมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทข่า ไทพวน ไทดำ ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทโส้และภูไทตามลำดับ ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ

2) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย

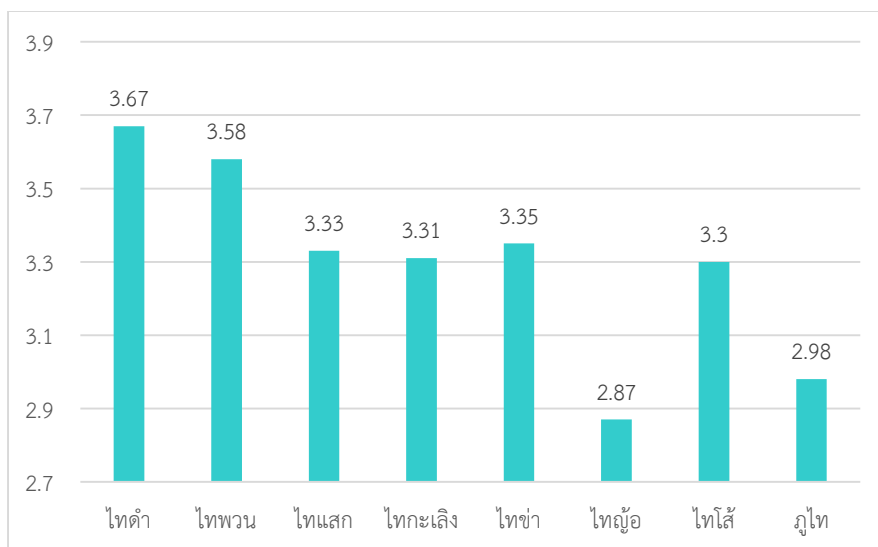
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยไทพวนมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทดำ ไทข่า ไทแสก ไทญ้อ ไทกะเลิง ภูไทและไทโส้ตามลำดับ ดังภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย

3) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม

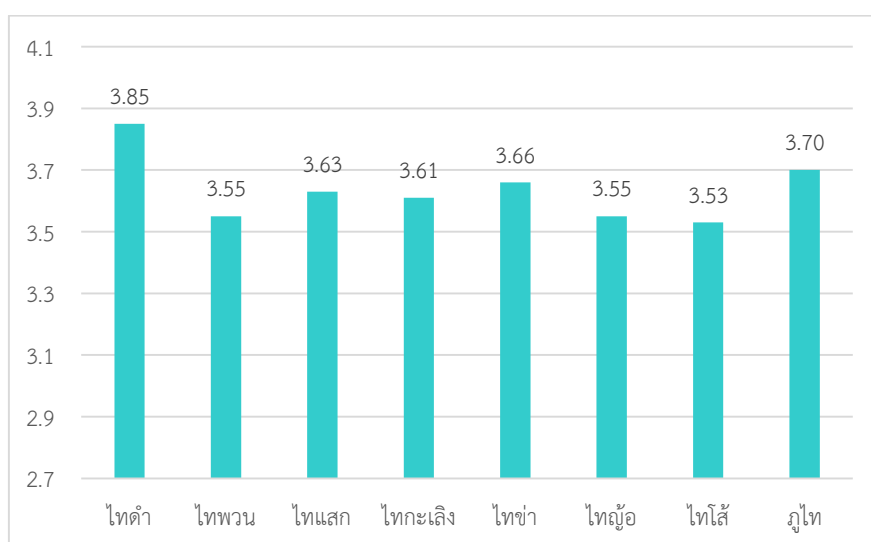
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยไทดำมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ไทพวน ไทข่า ไทแสก ไทกะเลิง ไทโส้ ภูไทและไทญ้อ ตามลำดับ ดังภาพที่ 5.3



ภาพที่ 5.3 ระดับการเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม

5.1.2.3 ความคิดเห็นของการท่องเที่ยว

ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม โดยไทดำมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ภูไท ไทข่า ไทแสก ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทพวนและไทโส้ตามลำดับ ดังภาพที่ 5.4



ภาพที่ 5.4 ระดับความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมและวัฒนธรรม

5.1.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.3.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1) ไทดำ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทดำเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสถานศึกษา ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวต้อนกตุมหนู คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนและรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

2) ไทพวน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทพวนเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นสถานศึกษา ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชมอาหารพื้นถิ่น คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

3) ไทแสก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทแสกเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชมบรรยากาศริมโขง คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน และรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

4) ไทกะเลิง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทกะเลิงเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นสถานศึกษา ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน ชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวการแสดงกลองตม คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นสร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิตและรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

5) ไทข่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทข่าเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสถานศึกษาและอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกล

จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ขึ้นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่นและพิธีเหยา คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน

6) ไทญ้อ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทญ้อเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ขึ้นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวการแห่ต้นจำปา คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนและรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

7) ไทโส้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านไทโส้เป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน ขึ้นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวทอผ้าและไล่ทั้งบั้ง คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นการได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชนและรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

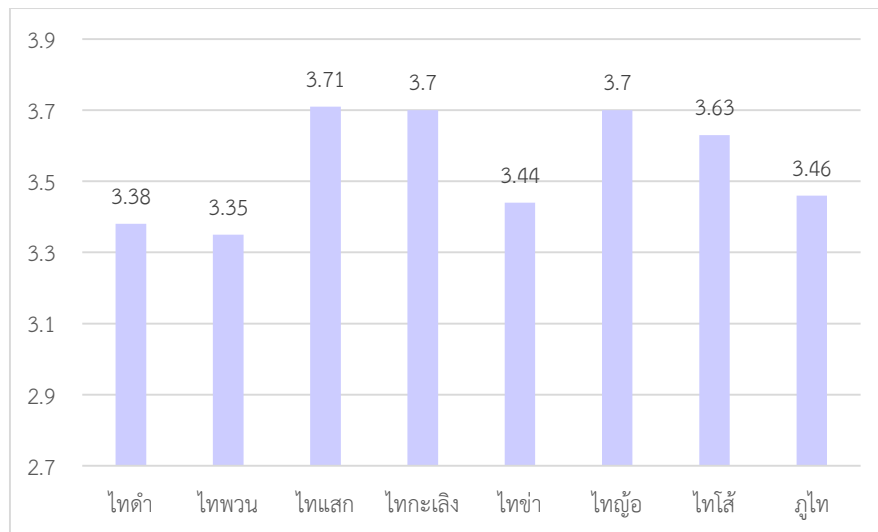
8) ภูไท

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านภูไทเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 - 2 ชั่วโมง ผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากองค์กร / สถานที่ทำงาน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม ขึ้นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวชิมอาหารพื้นถิ่น (แจ่วซ่ม, แกงกะบั้งเหิงภู) คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก และรู้จัก / เคยไปหมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม

5.1.3.2 ระดับความสำคัญและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

1) ระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว

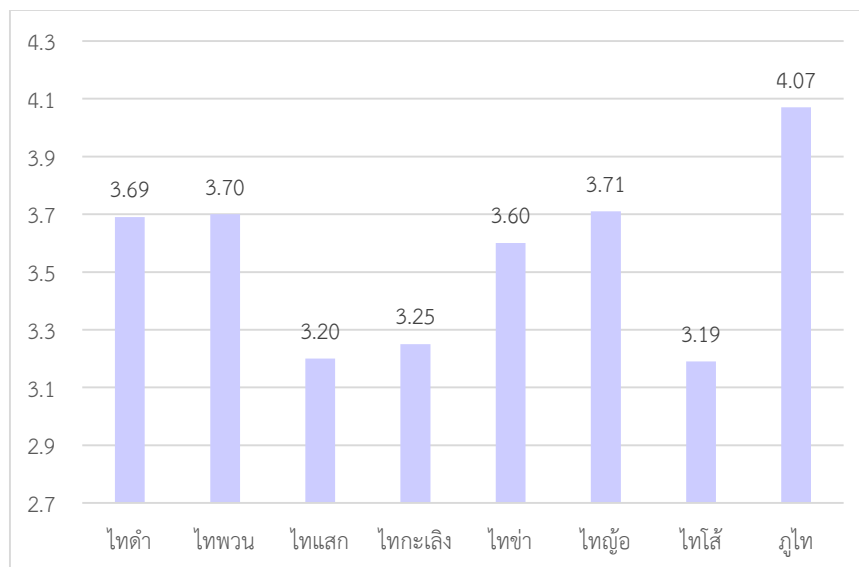
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยอัตลักษณ์ของไทแสก กะเลิง และไทญ้อมีความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด รองลงมา คือ ไทโส้ ภูไท ไทข่า ไทดำ และอันดับสุดท้าย คือ ไทพวน ดังภาพที่ 5.5



ภาพที่ 5.5 ระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว

2) ระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว

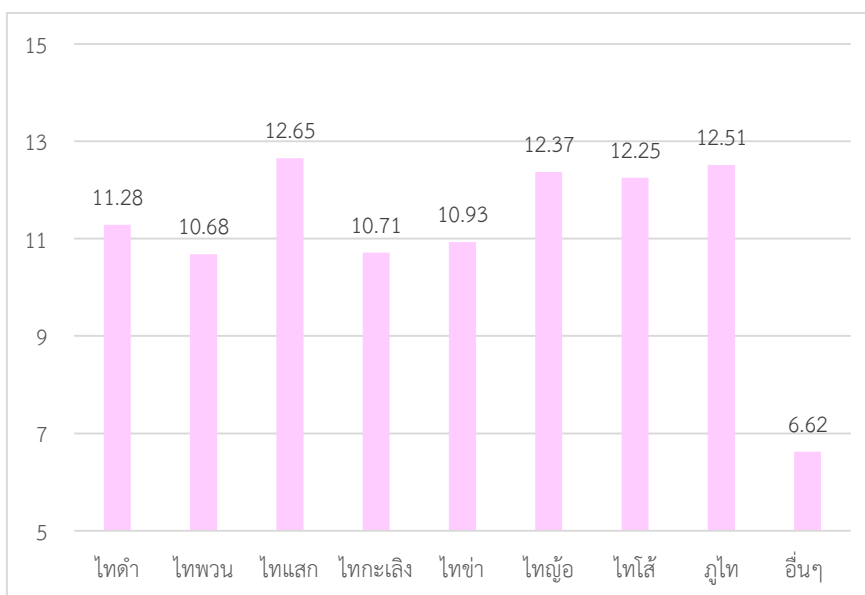
นักท่องเที่ยวรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยภูมิโหมีความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด รองลงมา คือ ไทยญ้อ ไทยพน ไทยดำ ไทยซ่า ไทยกะเลิง ไทยสกลและอันดับสุดท้าย คือ ไทยสั ดังภาพที่ 5.6



ภาพที่ 5.6 ระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว

3) ผลการวิเคราะห์อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์

อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม รองลงมา คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร หมู่บ้านไถญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม หมู่บ้านไทโส อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดนครพนม หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย และลำดับสุดท้าย คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ ดังภาพที่ 5.7



ภาพที่ 5.7 ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์

4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ โดยรวบรวมข้อมูลทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ สามารถแบ่งกลุ่มได้ 4 กลุ่ม คือ 1) ปัจจัยที่มีความสำคัญสูง (Concentrate Here) 2) ปัจจัยที่ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work) 3) ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ (Low Priority) และ 4) ปัจจัยที่ดีเกินไป (Possible Overkill) โดยนำปัจจัยที่มีความสำคัญสูง (Concentrate Here) มาวิเคราะห์สร้างต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ที่	ปัจจัยต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้	สำคัญสูง (Concentrate Here)	ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work)	สำคัญต่ำ (Low Priority)	ดีเกินไป (Possible Overkill)
พื้นที่ (Location)					
L1	ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน	ไทดำ ไทพวน ภูไท ไทข่า ไทโส้	ไทญ้อ	กะเลิง ไทแสก	
L2	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน	ภูไท	ไทดำ ไทพวน, ไทญ้อ ไทข่า ไทโส้		กะเลิง ไทแสก
L3	เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน	ภูไท ไทโส้	ไทพวน ไทญ้อ	กะเลิง	ไทดำ ไทแสก ไทข่า
ทรัพยากร (Resource)					
R1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	ภูไท	ไทพวน ไทญ้อ กะเลิง ไทแสก ไทโส้		ไทดำ ไทข่า
R2	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติภายในชุมชนยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีชีวิตชีวา		ไทดำ ไทพวน ภูไท	ไทญ้อ	ไทกะเลิง ไทโส้ ไทแสก ไทข่า
R3	ชุมชนแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์		ไทดำ ไทพวน ไทญ้อ ภูไท ไทข่า ไทโส้		ไทกะเลิง ไทแสก
R4	ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น	ไทดำ	ไทพวน ไทญ้อ ภูไท ไทโส้	ไทข่า	ไทกะเลิง ไทแสก
R5	ชุดแต่งกายทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ	ภูไท	ไทพวน ไทญ้อ		ไทดำ ไทโส้ ไทกะเลิง ไทแสก ไทข่า
R6	อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย	ไทดำ ไทพวน ไทข่า ไทโส้	ไทญ้อ ภูไท	ไทกะเลิง ไทแสก	
R7	รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง	ไทดำ	ไทพวน ไทญ้อ ภูไท ไทข่า ไทโส้		ไทกะเลิง ไทแสก
R8	การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น	ไทโส้	ภูไท ไทข่า	ไทดำ ไทกะเลิง	ไทพวน ไทญ้อ ไทแสก

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ที่	ปัจจัยต่อประสบการณ์ด้าน ความเดิมแท้	สำคัญสูง (Concentrate Here)	ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work)	สำคัญต่ำ (Low Priority)	ดีเกินไป (Possible Overkill)
R9	สถานที่รับประทานอาหารมี ความพิเศษแตกต่างจาก ร้านอาหารในเมือง	โตดำ	ภูไท ไทโส้	ไทข่า	ไทพวน ไทญ้อ ไทกะเลิง ไทแสก
ประเพณีวัฒนธรรม (Culture)					
C1	บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	โตดำ ไทพวน ไทโส้	ภูไท	ไทกะเลิง	ไทญ้อ ไทแสก ไทข่า
C2	วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือน สะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน	โตดำ ไทพวน	ไทโส้	ไทญ้อ ไทข่า ไทกะเลิง	ไทแสก ภูไท
C3	โบราณสถานของชุมชนสร้าง ความซาบซึ้งให้กับ นักท่องเที่ยว	ไทพวน	ไทกะเลิง ไทแสก ไทโส้	โตดำ ไทข่า	ไทญ้อ ภูไท
C4	โบราณสถานของชุมชน ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับ ความเป็นชาติพันธุ์	โตดำ ไทพวน ไทข่า	ภูไท ไทโส้	ไทญ้อ	ไทกะเลิง ไทแสก
C5	ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ด้วยความเรียบง่าย	ไทพวน	โตดำ ไทกะเลิง ไทแสก ภูไท ไทข่า ไทโส้		ไทญ้อ
C6	ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษา เฉพาะชาติพันธุ์ด้วยคำง่ายๆ	โตดำ ไทกะเลิง ไทแสก ภูไท ไทข่า		ไทพวน ไทญ้อ ไทโส้	
C7	การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อน ถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์	ไทญ้อ ไทแสก ภูไท	ไทกะเลิง	โตดำ ไทข่า ไทพวน	ไทโส้
C8	การแสดงของชาติพันธุ์มีความ เดิมแท้	ไทพวน ไทแสก	โตดำ ไทกะเลิง ไทข่า	ไทญ้อ	ภูไท ไทโส้
C9	การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้ นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่ เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน	ไทพวน ไทญ้อ ไทกะเลิง ไทแสก ไทโส้	โตดำ ไทข่า	ภูไท	
C10	พิธีกรรมมีความเดิมแท้	ไทกะเลิง ไทแสก		ไทพวน ไทญ้อ ภูไท	โตดำ ไทข่า ไทโส้
C11	พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยง กับความเชื่อของชุมชน	ไทญ้อ ไทแสก ไทกะเลิง	โตดำ ไทพวน ไทข่า	ไทโส้	ภูไท
C12	ความประทับใจที่ได้เข้าร่วม พิธีกรรมกับชาติพันธุ์	ไทกะเลิง ไทแสก	ไทข่า	โตดำ ไทญ้อ ไทโส้	ไทพวน ภูไท

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ที่	ปัจจัยต่อประสบการณ์ด้าน ความเต็มแท้	สำคัญสูง (Concentrate Here)	ดีอยู่แล้ว (Keep Up the Good Work)	สำคัญต่ำ(Low Priority)	ดีเกินไป (Possible Overkill)
C13	ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ ประดิษฐ์จากฝีมือของคนใน ชุมชน	ไทญ้อ ไทกะเลิง	ไทดำ ไทแสก ไทข่า	ไทโส้	ไทพวน ภูไท
C14	วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือ มาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย	ไทดำ ไทญ้อ ไทกะเลิง ไทข่า	ไทแสก	ไทพวน ไทโส้	ภูไท
C15	งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ ของชาติพันธุ์	ไทกะเลิง	ไทแสก	ไทญ้อ ภูไท ไทโส้	ไทดำ ไทพวน ไทข่า
C16	ความภูมิใจที่ได้ทดลอง ประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ ด้วยฝีมือตนเอง	ไทกะเลิง ไทข่า	ไทแสก	ไทดำ ไทพวน ไทญ้อ ภูไท ไทโส้	
C17	ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือ ให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ ง่าย	ภูไท ไทข่า	ไทกะเลิง ไทแสก	ไทดำ ไทพวน ไทญ้อ ไทโส้	
C18	แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติ ของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิ ปัญญาท้องถิ่น	ไทกะเลิง ไทแสก ภูไท		ไทดำ ไทพวน ไทญ้อ ไทข่า ไทโส้	
C19	ความประทับใจที่มีส่วนร่วม ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติ พันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ	ไทกะเลิง ไทแสก		ไทดำ ภูไท ไทญ้อ ไทข่า ไทโส้	ไทพวน
การบริหารจัดการชุมชน (Management)					
M1	กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาส ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ วัฒนธรรมร่วมกัน	ภูไท ไทข่า	ไทกะเลิง	ไทพวน ไทญ้อ ไทแสก ไทโส้	ไทดำ
M2	ชุมชนให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยความเป็น กันเอง	ภูไท ไทข่า	ไทกะเลิง	ไทพวน ไทญ้อ ไทแสก ไทโส้	ไทดำ
M3	ชุมชนมีความเป็นมิตรและ จริงใจต่อนักท่องเที่ยว	ไทญ้อ ไทแสก ไทโส้		ไทดำ ไทพวน ภูไท ไทข่า	
M4	ชุมชนสามารถสื่อสารและบอก เล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย	ภูไท	ไทกะเลิง	ไทพวน ไทญ้อ ไทแสก ไทข่า ไทโส้	ไทดำ

5.1.4 วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชน โดยนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับความสำคัญของความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเข้มแข็งของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน และต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.4.1 ความสำคัญของความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ชุมชนให้ความสำคัญกับคุณค่าความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานของชุมชน คุณค่าเชิงภูมิทัศน์ธรรมชาติโดยชุมชนเลือกอาศัยในพื้นที่ติดกับแม่น้ำ คุณค่าทางสังคม ทำให้ชุมชนมีมิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โอบอ้อมอารี และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว ชุมชนจึงมีการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไว้และยังสืบทอดมาจนปัจจุบัน ทั้งนี้ อาจปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยแต่ยังคงแก่นแท้ของอัตลักษณ์ไว้อย่างลึกซึ้งเพื่อสืบทอดเป็นมรดกทางประเพณีวัฒนธรรม เนื่องจากความเข้มแข็งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการบ่งบอกความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ที่ชัดเจนและเป็นตัวกลางในการส่งเสริมการอนุรักษ์ความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

5.1.4.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนในสถานะที่เปลี่ยนแปลงไปขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้คนในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง มุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ ประกอบกับศักยภาพของพื้นที่ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องนำมาจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ชุมชนจึงเป็นปัจจัยหลักในการเรียนรู้กระแสการเปลี่ยนแปลงพร้อมกับการปกป้องอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงความเข้มแข็งเพื่อการพัฒนาที่เป็นไปอย่างถูกต้อง จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานหลายภาคส่วนเข้ามามีบทบาทต่อการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน โดยเป็นฝ่ายสนับสนุนและส่งเสริมการระดมทรัพยากรของชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.1.4.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเข้มแข็งของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ด้านความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นทัศนคติที่ชุมชนมีความตั้งใจเผยแพร่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้ผู้อื่นได้รู้จักโดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนมองว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแนวทางการอนุรักษ์ความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้ จึงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตั้งหมู่บ้านเชิงอนุรักษ์ มีการจัดแสดงวิถีชีวิตของชาติพันธุ์

เพื่อเป็นกิจกรรมดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้วย เช่น นักท่องเที่ยวแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ ฝึกพูดภาษาชาติพันธุ์กับชุมชนด้วยคำง่าย ๆ ทดลองในการประกอบอาหารพื้นถิ่นด้วยการสาธิตจากชุมชน ฝึกทำงานฝีมือในชุมชน เช่น ทอผ้า ทำเครื่องปั้นดินเผา ทำตุ้มนกตุ้มหนู ร่วมพ้อนรำกับชุมชนและสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขง

5.1.4.4 ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ได้มีจุดยืนทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนออัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ 2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น และ 3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการสร้างต้นแบบที่มีพื้นฐานจากจุดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และคุณลักษณะหลักของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์บนความเดิมแท้ ได้แก่ ด้านพื้นที่ คือ ที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต (ไทพวน ไทญ้อและไทโส้) ด้านทรัพยากร คือ วิถีชีวิตของชุมชนพึงพิงธรรมชาติ (ไทแสกและไทกะเลิง) และการแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ) และด้านวัฒนธรรมและประเพณี คือ การแสดงของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ในอดีต (ไทข่า) และความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่น (ภูไท) ในส่วนของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์พิจารณาในด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอย และด้านคุณสมบัตินามธรรม ดังนั้น การเปิดพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวด้วยคุณลักษณะความเดิมแท้ของประสบการณ์ท่องเที่ยว คือ ความเดิมแท้จากวัตถุ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับของจริงแท้ ดั้งเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด และความเดิมแท้จากการสร้างความหมายเป็นการรับรู้ประสบการณ์จากภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรูปแบบความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ส่วนความเดิมแท้จากกิจกรรม เป็นการรับรู้ความเดิมแท้จากกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติ จึงมีการสร้างกิจกรรมที่ชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสและมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมท่องเที่ยว เสมือนให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นบ่อเกิดของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นในระดับบุคคล (Intra-Personal Authenticity) และความเดิมแท้ระหว่างบุคคล (Inter-Personal Authenticity) จากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับชุมชน ในขณะเดียวกัน การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาท่องเที่ยว จึงต้องมีแนวทางในการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาท่องเที่ยวเพื่อให้อัตลักษณ์คงอยู่ด้วยความเดิมแท้ให้ได้มากที่สุด

5.2 อภิปรายผล

จากผลสรุปการวิจัยข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้ 3 ประเด็นดังนี้

5.2.1 ความเดิมแท้กับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ชาติพันธุ์เป็นกลุ่มคนที่สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน มีลักษณะเด่น คือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษทางสายเลือดเดียวกัน ซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปร่างหน้าตาเหมือนกัน รวมทั้งบรรพบุรุษทาง

วัฒนธรรมด้วย (ประตู่อีสาน, 2558) ทำให้ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือดและทางวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของชาติพันธุ์ให้คงอยู่ (ปรีชา ลีปรีชา, 2548) และในขณะเดียวกันสามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน ซึ่งความรู้สึกผูกพันนี้อาจเรียกว่า "สำนึก" ทางชาติพันธุ์ หรือชาติลักษณะ (ดวงกมล เวชวงศ์, 2554)

ด้วยภูมิหลังของการเคลื่อนย้ายอพยพของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มาจากแขวงต่าง ๆ ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเดียวกัน อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ จึงมีความคล้ายคลึงกัน เริ่มตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้งถิ่นฐานที่มีลักษณะภูมิประเทศใกล้เคียงกับถิ่นที่อยู่เดิมก่อนการอพยพ กลุ่มชาติพันธุ์ได้เลือกภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ อยู่ใกล้แม่น้ำและมีภูเขาล้อมรอบ โดยเฉพาะไทดำและภูไทได้เลือกที่ตั้งของหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลจากชนกลุ่มใหญ่ แสวงหาถิ่นที่อยู่ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับที่อยู่เดิมให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติและเป็นอัตลักษณ์ด้านพื้นที่ของกลุ่มชาติพันธุ์ไป ดังที่ มรดกภูมิปัญญาไทย (2557) ระบุว่า การปฏิสัมพันธ์ของชุมชนที่มีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตนเอง ทำให้คนเหล่านั้นเกิดความรู้สึกมีอัตลักษณ์และความต่อเนื่องเป็นของกลุ่มตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างจากชนกลุ่มใหญ่ในประเทศและบ่งบอกความเป็นตัวตนทางชาติพันธุ์ที่ชัดเจน ซึ่ง ปรีชา ลีปรีชา (2548) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์เป็นผลจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ แตกต่างจากสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม ซึ่งอัตลักษณ์พื้นฐานทางชาติพันธุ์ได้รับการบ่มเพาะขัดเกลาและสร้างลักษณะร่วมในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน

ในขณะเดียวกัน การเปิดเผยอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บางอย่างจำเป็นต้องปกปิดตัวตนที่แท้จริงไว้ เนื่องจากอัตลักษณ์บางอย่างแสดงตัวตนที่เชื่อมโยงกับอดีตและความเชื่อบางอย่างที่สังคมยังไม่เปิดรับ แต่กลุ่มชาติพันธุ์ยังคงยอมรับแค่เฉพาะกลุ่มเท่านั้น ซึ่งทำให้ความเป็นชาติพันธุ์แตกต่างจากสังคมในเวลาเดียวกัน เพราะอัตลักษณ์เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้เกิดวัฒนธรรมหรือการรับรู้ความหมายร่วมกัน ประกอบกับอัตลักษณ์เป็นปัจเจก มีความเป็นตัวตนสูงและมีการรวมกลุ่มระหว่างคนที่มีความเชื่อค่านิยมเดียวกัน เกิดการแบ่งพื้นที่เพื่อรักษาความเป็นตัวตนเฉพาะ เช่นเดียวกับบรรพบุรุษในอดีต เพราะสมาชิกในกลุ่มและคนนอกกลุ่มรับรู้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเหตุที่ว่าทั้ง “คนใน” และ “คนนอก” กลุ่มรู้สึก พูดและกระทำในลักษณะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มที่แยกแตกต่างกัน Hobsbawn & Ranger (1994) และเป็นสิ่งที่ช่วยผูกพันสมาชิกของกลุ่มชาติพันธุ์เข้าไว้ด้วยกัน คือ การกระทำร่วมกันที่เป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่มจนเกิดความเชื่อร่วมกัน คือ ความเชื่อของกลุ่มของตนเองเกิดจากการมีบรรพบุรุษร่วมกัน มีวัฒนธรรมสำคัญร่วมกัน เป็นที่ยึดโยงความสัมพันธ์ของกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันให้คงอยู่ร่วมกัน

ด้านทรัพยากรของกลุ่มชาติพันธุ์มีทั้งความเหมือนและความต่างกันระหว่างชาติพันธุ์ ในความเหมือนนั้น ชาติพันธุ์มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติ พืชพันธุ์อาหาร ฝิ่น พืชสมุนไพร ฝิ่น ป่าและแม่น้ำ เป็นแหล่งอาหารและการดำรงชีวิต แต่ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรทางธรรมชาติถูกทำลาย บางพื้นที่จึงปลูกยางพาราทดแทนฝิ่นป่าที่มาจากธรรมชาติ เนื่องจากความเป็นอยู่ตามสมัยนิยมและทุนนิยมมากขึ้น ทำให้ชุมชนให้ความสำคัญกับมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่าการดำรงชีวิตแบบดั้งเดิม โดย อภิญา เพ็ญพัสกุล (2546) กล่าวว่า อัตลักษณ์แบบดั้งเดิมถูกปรับเปลี่ยนเนื่องจากระบบทุนนิยมบริโภคนิยมทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นวาทกรรม ส่วนอัตลักษณ์ทางด้าน

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันระหว่างชาติพันธุ์ คือ การแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตน สร้างความโดดเด่นและความแปลกตาจากการปฏิสัมพันธ์กับชนกลุ่มใหญ่จึงกลายเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่บุคคลภายนอกรับรู้ความเป็นตัวตนอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ Brown (2004) ระบุว่า การปฏิสัมพันธ์จะทำให้บุคคลรับรู้ตัวตนเหมือนหรือต่างกับคนอื่นอย่างไร นั่นคือการรับรู้ “เรา” คือใคร และ “คนอื่น” คือใคร ในทำนองเดียวกัน บุคคลภายนอกจะรับรู้ตัวเขาเองและคนอื่นพร้อมกัน นอกจากนี้ โบราณสถานของชุมชนชาติพันธุ์ยังคงเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนได้เป็นอย่างดี และมีความคล้ายคลึงกับวิถีชีวิตของคนอีสานและนับถือศาสนาพุทธเป็นหลัก จึงมีวัดวาอาราม โบสถ์ วิหารต่าง ๆ และประกอบพิธีกรรมทางศาสนาพุทธเหมือนกับคนอีสาน ซึ่ง ประตู่อีสาน (2558) กล่าวถึงวัฒนธรรมของชาวอีสานไว้ว่า แม้ว่าชาวอีสานจะมีพื้นเพมาจากคนหลายกลุ่มมาตั้งบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ แต่ด้วยวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ยึดมั่นในจารีตประเพณีของท้องถิ่นที่เรียกว่า “ฮีตสิบสอง คองสิบสี่” ทำให้เกิดความสมานฉันท์ปรองดอง จึงกล่าวได้ว่า ชาติพันธุ์มีความผูกพันและใกล้ชิดกับศาสนาพุทธ และความเชื่อต่าง ๆ ที่สะท้อนในรูปแบบของสัญลักษณ์ที่มีสิ่งศักดิ์ค่อยปกปักรักษา คือ ศาลประจำหมู่บ้านที่แต่ละชาติพันธุ์ให้ความเคารพนับถือ เช่น ศาลองค์มูของไทแสก ศาลแม่นางอ้าวของไทพวนหรือดอนปู่ตาของไทโส้ ล้วนเป็นสิ่งที่สะท้อนความเชื่อของชุมชนและยากที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

วัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นตัวบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ได้อย่างชัดเจน ตลอดจนภาษา ความเชื่อ ค่านิยม ศาสนาและรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาชีพของผู้คนทางชาติพันธุ์นั้น ๆ ภาษาเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนในการแบ่งแยกความเป็นชาติพันธุ์ ซึ่งภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์เต็มไปด้วยภูมิปัญญาและความรู้ สะสมผ่านประเพณีวิถีชีวิตและการอยู่รอดในธรรมชาติของผู้คนมานาน ซึ่ง อมรา พงศาพิชญ์ (2537) ระบุว่า ความเชื่อในกลุ่มของตนเองเกิดจากการมีบรรพบุรุษร่วมกัน มีวัฒนธรรมสำคัญร่วมกันที่สำคัญ คือ ศาสนา ภาษา วิถีชีวิต ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ แต่ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของการใช้ภาษาชาติพันธุ์ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้ภาษาไทยกลางเข้ามาแทนที่ในการสื่อสารของกลุ่มชาติพันธุ์ แต่ชาติพันธุ์บางกลุ่มยังคงสื่อสารด้วยภาษาชาติพันธุ์ด้วยกัน เพื่อคงความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ทำให้ภาษาชาติพันธุ์เกือบจะสูญหายในหลายกลุ่มชาติพันธุ์ McCarty et al. (2007) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาษาชาติพันธุ์ว่า คนเราเกิดมาพร้อมสิทธิในการพูด ภาษาและวัฒนธรรม หากภาษาสูญหายเท่ากับว่าภูมิปัญญาหายไปด้วย และยังมีผลต่อการถูกปฏิเสธสิทธิทางวัฒนธรรมของผู้คนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งจะทำให้ตัวตนของชาติพันธุ์สูญหายไป นอกจากนี้ ความเชื่อเรื่องผี ยังคงแฝงอยู่ในพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความเคารพต่อสิ่งลี้ลับหรือความเชื่อในการรักษาอาการเจ็บป่วย โดยเฉพาะการเหยา ซึ่งเป็นพิธีกรรมในการรักษาอาการเจ็บป่วยของผู้คนในชาติพันธุ์ แต่ในปัจจุบัน ความเชื่อเหล่านี้เกือบสูญหายจากวิถีชีวิตของชาติพันธุ์เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ในการรักษาอาการเจ็บป่วย ซึ่งในปัจจุบันพิธีกรรมนี้ถูกนำมาสร้างใหม่โดยจัดแสดงเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ได้เข้าสู่พื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์มากขึ้น จนบางครั้งทำให้ชาติพันธุ์ต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเพื่อให้ตนเองอยู่รอดในสังคมปัจจุบันได้ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย วิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อ หรือแม้แต่การบริหารจัดการภายในชุมชน ถูกปรับเปลี่ยนให้

เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น ประกอบกับผู้คนของชาติพันธุ์ติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกมากขึ้น ทำให้อัตลักษณ์การแต่งกายเปลี่ยนแปลงไป ในฐานะ “ผู้ถูกท่องเที่ยว” ในปัจจุบัน เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านชาติพันธุ์ได้เป็นกระแสให้ชุมชนลุกขึ้นมาอนุรักษ์และเชิดชูอัตลักษณ์ของตนเองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อเป็นจุดดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงมล เวชวงศ์ (2554) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในบริบทของการท่องเที่ยวผ่านหัตถกรรมพื้นบ้านและตลาดทำน้ำ พบว่า เมื่อการท่องเที่ยวได้เข้ามาในชุมชนทำให้ชาวชนวนต้องมีการปรับตัวและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อนำมาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ใหม่ แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่วันสูญหายเพียงแต่ถูกสร้างขึ้นใหม่ในบริบทและเวลาที่แตกต่างกัน ดังที่ วันดี สันติวุฒิมณี (2545) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวและไม่หยุดนิ่ง เพียงแค่อัตลักษณ์เก่ามีพลังน้อยลง อัตลักษณ์ใหม่จึงถูกสร้างขึ้นมาทดแทน ดังนั้น การสืบทอดและสร้างอัตลักษณ์ใหม่จึงเกิดขึ้นได้เสมอภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป

5.2.2 ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เยี่ยมชมวัฒนธรรมประเพณีของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เฉพาะซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะทางที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนในพื้นที่ของชุมชน ทำให้การท่องเที่ยวอยู่ภายใต้บริบทของแนวคิดพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ สถานที่ ภูมิทัศน์ พื้นที่และผู้คนและสิ่งแวดล้อม โดยวางบนพื้นฐานของความแตกต่างด้านขนาดของพื้นที่ (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2554) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ในรูปแบบของกิจกรรม (Activity-Related Authenticity) มากกว่าความเดิมแท้จากวัตถุ (Object-Related Authenticity) พร้อมกับรับรู้ประสบการณ์ความเดิมแท้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายทางอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตน โดยเฉพาะอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรม ส่งผลให้การรับรู้ประสบการณ์เดิมแท้มีผลต่อความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้น้ำหนักกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แปลกออกไปทั้งความเป็นอยู่และประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ (บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเนิด, 2550) เน้นการสัมผัสวัฒนธรรม ค่านิยมและความเชื่อโดยผ่านวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้สร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม (ราณี อธิชัยกุล, 2547)

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับชุมชนในรูปแบบของการสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวรับรู้ความสัมผัสจากชุมชน ความบริสุทธิ์และความจริงใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ระหว่างบุคคล (Intra-Personal Authenticity) ดังที่ MacCannell (1973) กล่าวว่า ฉากหลังเป็นฉากที่มีความบริสุทธิ์และมีความเดิมแท้ซ่อนอยู่ เป็น

จุดกำเนิดความสัมพันธ์ที่จริงจัง ส่วน Gilmore & Pine (2007) ชี้ว่า ความเดิมแท้มาจากความเป็นธรรมชาติและความจริงใจ และ Andriotis (2011) ระบุว่า การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเป็นการยอมรับว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่พิเศษ รับรู้เฉพาะบุคคลที่แสดงถึงความเอาใจใส่อย่างจริงจัง และ McIntosh (2004) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน และการแสวงหาความสุขจากการท่องเที่ยว อารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Kim & Jamal, 2007) ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ โดย Wang (1999) ชี้ว่า ความเดิมแท้ของตัวตนอยู่บนฐานของความสมดุลระหว่างเหตุผลกับอารมณ์ ข้อจำกัดของตนเอง กับการเป็นไปตามธรรมชาติ และหลักความจริงกับหลักความพอใจ ประกอบกับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่บ้านชาติพันธุ์เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เดินทางทัศนศึกษา ซึ่งมีความกดดันในกฎระเบียบและหน้าที่การเรียนน้อยกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียน จึงทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ในช่วงเวลาหนึ่งจากกิจกรรมเรียนรู้นอกสถานที่ สอดคล้องกับ Graburn (1983) และ Shield (1991) ชี้ว่า การอยู่ในพื้นที่ที่ห่างไกลจากความกดดันทางสังคม เช่น กฎระเบียบ ภาระหน้าที่ การงาน จรรยาบรรณในการทำงานเป็นหนทางในการค้นหาความเดิมแท้โดยผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวจึงมีอิสระในความเป็นตัวเอง (Kim & Jamal, 2007) มีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้หรือความต้องการที่เหมือนกันและมีอิสระมากขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ให้กับนักท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวก็ไม่ได้ละทิ้งความเดิมแท้ในตัววัตถุทางการท่องเที่ยว (Objective Authenticity) เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและยอมรับความเดิมแท้ในระดับหนึ่ง ซึ่งขัดแย้งกับ Cohen (1988) ที่เสนอให้ละทิ้งการให้ความหมายของความเดิมแท้ในตัววัตถุ เนื่องจากความเดิมแท้เป็นแนวคิดบนฐานทางสังคม จริยธรรม และเหตุผล แต่สอดคล้องกับ Cohen (1998) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเข้าใจกระบวนการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมที่สร้างความหมายและเพิ่มคุณค่าใหม่ต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ประกอบกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างเป็นนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่แสวงหาความเดิมแท้เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ในชีวิต ซึ่ง Reisinger & Steiner (2006) กล่าวว่า ผู้คนยุคหลังสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของวัตถุอย่างมากให้ความสำคัญกับความเดิมแท้ของวัตถุอย่างมาก (Reisinger & Steiner, 2006) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมหมู่บ้านภูไท ไทพวน และไทดำ รับรู้ความเดิมแท้สูงกว่าระดับความสำคัญของความเดิมแท้ เนื่องจากหมู่บ้านชาติพันธุ์มีการสื่อความหมายความเป็นตัวตนทางชาติพันธุ์ที่ชัดเจน มีเทคนิคการนำเสนอที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ประกอบกับมีการสร้างกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสอย่างใกล้ชิด แม้ว่านักท่องเที่ยวจะรับรู้ว่าเป็นการจัดฉากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับ Eco (1986) ระบุว่า ผู้คนในยุคสมัยใหม่ใช้ชีวิตอยู่เหนือความเป็นจริงและอยู่ในโลกของจินตนาการ ดังเช่น Disneyland และ Disney World เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถสร้างความไม่เดิมแท้ให้ดูเหมือนของแท้ได้ผ่านเทคนิคนำเสนอและเครื่องมือในการสื่อความหมายที่ชัดเจน (Fjellman, 1992) จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถยอมรับความไม่เดิมแท้ได้ และโดย Cohen (1998) เชื่อว่านักท่องเที่ยวสมัยใหม่

ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความเดิมแท้หรือความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อกระบวนการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ความเดิมแท้จากสิ่งที่เห็นจะยังคงอยู่ในสายตาของนักท่องเที่ยว ประกอบกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่มีการหยุดนิ่ง ไม่มีวันสูญหายไปจากตัวตนทางชาติพันธุ์ แต่ถูกอัตลักษณ์ใหม่สร้างขึ้นมาแทนที่ในบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป (วันดี สันติวุฒิมะธ, 2545) และการตีความของความเดิมแท้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดต่อวัตถุนั้น ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ที่มีอยู่ ความเชื่อ ความคาดหวัง จินตภาพ หรือภาพต้นแบบ (Wang, 1999; Reisinger & Steiner, 2006; Terziyska, 2012; & Castéran & Roederer, 2013) ทำให้นักท่องเที่ยวค้นพบความจริงจากกระบวนการสร้างความหมายที่เกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

ทั้งนี้ การรับรู้ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้จากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เกิดจากอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ การปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับผู้คนชาติพันธุ์เพื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ (Object-Related Authenticity) และความเดิมแท้จากกิจกรรม (Activity-Related Authenticity) เนื่องจากความเดิมแท้เป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา สามารถต่อรองความหมายได้ตามบริบท (Cohen, 1998; Wang, 1999; Jamal & Hill, 2007; & Belhassen et al., 2008) ประกอบกับพฤติกรรมและประเภทของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตีความหมายด้านความเดิมแท้ของวัตถุ (Cohen, 1988; Wang, 1999; & Reisinger & Steiner, 2006) นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญกับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้แตกต่างกัน

5.2.3 ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

จุดเริ่มต้นของแม่น้ำโขงก่อดำขึ้นในประเทศจีนจากนั้นไหลผ่านมายังประเทศพม่า ไทย ลาว กัมพูชา และไหลลงสู่ทะเลจีนใต้ในประเทศเวียดนาม ด้วยเหตุนี้ที่ทำให้แม่น้ำโขงเต็มไปด้วยความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของผู้คนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมนับร้อยเผ่าและมากกว่า 100 ล้านคน (อารีรัตน์ งามข้า, 2557) ตลอดเส้นทางที่แม่น้ำโขงไหลผ่านได้ก่อให้เกิดชุมชนริมฝั่งโขงมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวิถีชีวิตทางวัฒนธรรม อันส่งผลต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คน ดังนั้น สิ่งที่เกิดขึ้น ณ จุดใดจุดหนึ่งของแม่น้ำโขง ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2557) การอพยพทางการค้า การตั้งถิ่นฐานทางชาติพันธุ์ มีการถ้าย้ายถิ่นและการไหลเวียนของประชากรที่ไม่ใช่สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและเป็นเรื่องใหม่ แต่เกิดขึ้นมานานแล้วในยุคโบราณ (ดุลยภาค ปรีชารัชช, 2555)

ภาคอีสาน เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากภาคอีสานเป็นศูนย์รวมของประชากรหลากหลายเชื้อชาติจากการอพยพย้ายถิ่นที่อยู่ การกวาดต้อนไพร่พลหรือจากการหนีภัยสงครามเมื่อครั้งอดีตและมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนในประเทศใกล้เคียง จนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้น (ประจักษ์ศิลปาคม, 2558)

ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านความเดิมแท้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในอดีต ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ประสบการณ์ดังกล่าว ลักษณะของพื้นที่ เป็นส่วนหนึ่งของที่บ่งบอกของประวัติศาสตร์ของชุมชนใน

อดีตได้เป็นอย่างดี สะท้อนเรื่องราวการอพยพของกลุ่มชาติพันธุ์และการเลือกตั้งถิ่นฐานโดยเลือกพื้นที่ที่มีลักษณะภูมิประเทศคล้ายกับถิ่นที่อยู่เดิมและเลือกพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เช่น โกล์แม่น้ำ ภูเขา หรือเลือกพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลจากชนกลุ่มใหญ่ ทำให้การซึมซับของวัฒนธรรมหลักเป็นไปอย่างเนิบช้า มีผลต่อการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ในขณะเดียวกัน ภูมิประเทศที่มีลักษณะเด่น โดยเฉพาะมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบที่แบ่งความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทำให้ผู้คนในยุคปัจจุบันรับรู้ถึงความเป็นอดีตเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานในอดีต เพราะเวลาสามารถสร้างความเดิมแท้ให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนในสังคมได้ ดังที่ Jamal & Hill (2007) ได้กล่าวว่า เวลาที่มีผลต่อการสร้างความหมายต่อความเดิมแท้ให้กับวัตถุที่เกิดขึ้นในจิตใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ระยะเวลาและพื้นที่จึงเป็นตัวชี้วัดความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Gilmore & Pine (2007) ที่ได้จากการศึกษาความเดิมแท้ของประสบการณ์ของนักแสวงบุญบนเทือกเขาคีร์ดีลีสท์ทางตอนบนของประเทศกรีก พบว่า ลักษณะทางพื้นที่มีความสำคัญต่อการรับรู้ความเดิมแท้จากการท่องเที่ยว

การนำเสนอตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ผ่านอัตลักษณ์ด้านรูปแบบและคุณสมบัติ นามธรรม สร้างความรู้สึกที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงการแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ถูกถ่ายทอดเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์สู่สายตาของนักท่องเที่ยวในฐานะ “ผู้ถูกท่องเที่ยว” ทำให้ชาติพันธุ์ต่างแสดงตัวตนที่โดดเด่นและแตกต่างออกมา การรับรู้ความเดิมแท้จึงเป็นการรับรู้บนพื้นฐานของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างความหมายขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว จึงเป็นการรับรู้ความเดิมแท้จากการสร้างความหมาย (Constructive Authenticity) ประกอบกับการร่วมกิจกรรมของชาติพันธุ์ด้วยการปฏิสัมพันธ์พูดคุยกับผู้คนในพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวสร้างการรับรู้จากสิ่งที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม เรียกว่า ความเดิมแท้จากกิจกรรม (Activity-Related Authenticity) ทั้งนี้ การแสดงของชาติพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรม การละเล่นหรือพอร่า ถูกนำมาสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ควรให้เป็นเชิงพาณิชย์มากเกินไปจนถูกมองว่าเป็นกระบวนการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมและความหมายของชาติพันธุ์ลดลง ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้น้อยลง สอดคล้องกับ Chhabra, Healy & Sills (2003) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนำกิจกรรมของประเพณีและวัฒนธรรมมาสร้างขึ้นใหม่เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในงาน Flora MacDonald Highland Games 2000 พบว่า ระดับความเป็นของแท้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวมองว่าความเดิมแท้เป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้และดัดแปลงการแสดงขึ้นมาใหม่เพื่อนำเสนอต่อสายตานักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ Andriotis (2011) ที่ได้ศึกษาประสบการณ์ความเดิมแท้จากการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ พบว่า การท่องเที่ยวที่ไม่เน้นพาณิชย์ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้จากความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ต้องการแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ลอกเลียนแบบมา

ในการสร้างประสบการณ์ด้านความแท้จริงให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยคำนึงถึงคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Gilmore & Pine (2007) กล่าวว่า บุคคลมีความตั้งใจในการรับรู้ความแท้จริง ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นของแท้ ดั้งเดิม เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่เคยเห็นมาก่อน และไม่ได้เลียนแบบหรือลอกเลียนของเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่แท้จริง

จากกิจกรรม (Activity-Related Authenticity) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Inter-Personal Authenticity) ที่ได้จากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับชุมชน สอดคล้องกับ Waller & Lea (1998) ระบุว่า วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและวัฒนธรรมในด้านประวัติศาสตร์ของตึกอาคาร ประเพณีของท้องถิ่นและภาษาท้องถิ่น

นอกจากนี้ การรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงความเดิมแท้ในกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม หน่วยงานสถาบันการศึกษาที่ช่วยสนับสนุน หรือแม้แต่ชุมชนควรมีบทบาทอย่างยิ่งในการรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงงานวิจัยไทบ้านจึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยในการรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่ โดยชุมชนเป็นแกนหลักในการศึกษาพัฒนา เพราะชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่และรู้จักตัวตนของตนเองมากกว่าคนอื่น ซึ่งการทำงานวิจัยของชาวบ้านไม่ได้มีความสำคัญเพียงแค่การได้มาซึ่งความรู้เพื่อการจัดการตนเองของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อีกด้วย (ธีรพงศ์ โพธิ์มัน, 2555)

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากกระบวนการปฏิบัติการวิจัย ทำให้ได้ผลการวิจัยและองค์ความรู้ที่ค้นพบ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่สำคัญเพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.3.1.1 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ควรปรับบทบาทในลักษณะเชิงรุก เน้นกระบวนการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์โดยให้ชุมชนเป็นรากฐานส่งเสริมอาชีพของชุมชนในระดับรากหญ้าและดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับภูมิภาค ส่วนกลางและท้องถิ่น เพื่อลดอัตราการย้ายถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์และป้องกันการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมให้อัตลักษณ์คงอยู่กับชุมชน

5.3.1.2 กระทรวงศึกษาธิการควรบรรจุหลักสูตรทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ในสถานศึกษาที่มีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภาษาชาติพันธุ์ การแต่งกาย ประเพณีและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังเยาวชนและเยาวชนให้มีสำนึกทางชาติพันธุ์อย่างภาคภูมิใจ

5.3.1.3 กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อสร้างทักษะอาชีพให้กับคนในชุมชนให้ทัดเทียมกับชุมชนอื่นและก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชนในอนาคต

5.3.1.4 นโยบายวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เริ่มจากการสั่งการแบบข้างล่างสู่ข้างบน (Bottom up) เนื่องจากชุมชนมีสำนึกร่วมของชาติพันธุ์ที่เหนียวแน่นและชัดเจน เพื่อการบริหารจัดการอนุรักษ์สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

5.3.2.1 คนในชุมชนควรให้ความร่วมมือกันภายใน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการรักษาและหวงแหนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ

5.3.2.2 การบอกเล่าเรื่องราวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น บางแห่งยังมีการนำเสนอไม่มากนักและไม่ชัดเจน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการในส่วนนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาเยือนจะได้เกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ

5.3.2.3 การแสดงของชาติพันธุ์แก่สายตาของนักท่องเที่ยวบางช่วงอาจผิดเพี้ยนไปจากถิ่นอาศัยวัฒนธรรมเดิม ดังนั้นคนในชุมชนต้องมีจุดยืนในการจัดแสดงจากคนข้างในรวมกันเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมอันดีงาม

5.3.2.4 การดำเนินงานวิจัยภาคสนาม พบว่า ชุมชนบางแห่งยังไม่คุ้นเคยกับการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในพื้นที่ควรเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็น ให้ชุมชนมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในบางขั้นตอนเพื่อให้ชุมชนได้เห็นการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม

5.3.2.5 แนวทางการพัฒนาภายใต้ต้นแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปพัฒนานำร่องในพื้นที่ต้นแบบร่วมกับชุมชนสานต่อ จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

5.3.2.6 จากผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการดำเนินงาน (IPA) ที่กลุ่มชาติพันธุ์ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ โดยดำเนินการพัฒนาปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (Concentrate Here) เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองต่ำ ได้แก่

1) ไทดำ ได้แก่ ลักษณะด้านอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน

2) ไทพวน ได้แก่ ลักษณะด้านที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้และการแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้

3) ไทแสก ได้แก่ ลักษณะด้านพิธีกรรมมีความเดิมแท้ ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน การแสดง

ของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้ แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

4) ไทกะเลิง ได้แก่ ลักษณะด้านความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ

5) ไทข่า ได้แก่ ลักษณะด้านโบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย

6) ไทญ้อ ได้แก่ ลักษณะด้านการแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนวัตถุดิบที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายพิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนงานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

7) ไทโส้ ได้แก่ ลักษณะด้านอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

8) ภูไท ได้แก่ ลักษณะด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ชุมชน

มีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ชุดแต่งกายทำจากวัสดุดิบตามธรรมชาติ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.3.1 แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

5.3.3.2 การสร้างจุดยืนภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

5.3.3.3 แนวทางพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในเครือข่ายของการท่องเที่ยว

5.3.3.4 การศึกษาอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เดียวกันในดินแดนไทย – ลาว เพื่อเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขงในอาเซียน

5.3.3.5 กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเดิมแท้ของชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

5.3.3.6 การวิจัยไต่บันในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา ภูใหญ่. (2556). **เสี้ยวหนึ่งของภาพชีวิตและความเคลื่อนไหวในชุมชนทรายขาว**. รุสมิแล, 24 (มกราคม-เมษายน), 1-8.
- กุหลาบ รัตนจักรธรรม. (2555). **แนวคิดการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้**. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2557, จาก http://www.rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=927
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2555). **ความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโยธาคือ: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). **อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง**. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2558, จาก http://static1.squarespace.com/static/52bce94ae4b013dbd6fc79d4/t/557946f6e4b0b454e5bfd1db/1434011382421/20_%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B9%8C+%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1+%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%87.pdf
- ชูศักดิ์ วิทยาภัก. (2554). **การท่องเที่ยวกับการพัฒนา: พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. เชียงใหม่: วนิดาการพิมพ์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอสถ. (2549). **วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ดุสิตภาค ปรีชาวัชร. (2555). **ความหลากหลายทางชาติพันธุ์กับการอยู่ร่วมกันเป็นประชาคมอาเซียน**. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.siamintelligence.com/diversity-of-ethnic-groups-in-asean-community/>.
- ธีรพงศ์ โพธิ์มัน. (2555). **บันได 6 ขั้น การทำงานวิจัยไต่บ้าน**. กรุงเทพฯ : IUCN ประเทศไทย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2536). **การศึกษาของชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และอารีรัตน์ เรืองกำเเนิด. (2550). **พลวัตประเพณีบุญก่าฟ้าของกลุ่มชาติพันธุ์พวนในบริบทการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กระทรวงวัฒนธรรม.
- ประตุสู่อีสาน. (2558). **ความหลากหลายชาติพันธุ์ชนเผ่าไทยในอีสาน**. ค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.isangate.com/isan/paothai.html>
- ประสิทธิ์ สิปรีชา.2548. **มั่ง หลากหลายวิถีชีวิตจากขุนเขาสู่เมือง**. เชียงใหม่: มิ่งเมือง.

- พณิฐา ยงพิทยาพงศ์, วีระศักดิ์ จุลดาลัย และภาวดี พันธรัักษ์. (2550). การศึกษาเอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสงแถบลุ่มแม่น้ำโขง เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเพื่อการท่องเที่ยว
กรณีศึกษา: บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. ใน เทิดชาย
ช่วยบำรุง (บรรณาธิการ). **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ** ปี พ.ศ. 2550.
(หน้า 38-53). กรุงเทพฯ : ซีโน.
- มรดกภูมิปัญญาไทย. (2557). **Intangible Cultural Heritage**. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2557, จาก
<http://ich.culture.go.th/>
- วันดี สันติวุฒิเมธี. (2545). กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยใหญ่ชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษา หมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารทางวิชาการ. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**.
- ราณี อิลิชัยกุล และคณะ. (2552). การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). **การท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche Tourism)**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ศุภกร ลิ้มคุณธรรมโม. (2556). **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูล**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ศุภย์มานุษยวิทยาสรินธร. (2557). **คน ความสัมพันธ์ วัฒนธรรม ในวันที่สายน้ำโขงไม่เหมือนเดิม**. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2558, จาก
http://www.sac.or.th/main/content_detail.php?content_id=800
- สันติพงษ์ ช้างเผือก. (2546). **ลือผานม: การพัฒนาทางวัฒนธรรม ในพื้นที่ท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2537). **วัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2546. **อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- อารีรัตน์ งามขำ. (2558). **ปาร์กซ์น้ำ**. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- Adam & Kaosa-ard. (2006). **Mekong tourism : competitiveness & opportunities**. Chiang Mai : Within Design.
- Andriotis, K. (2011). Genres of heritage authenticity: denotations from a pilgrimage landscape. **Annals of tourism research**, 38(4), 1613-1633.
- Benur, A.M. & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. **Tourism management**, 50(2015), 213-224.
- Belhassen, Y., Caton, K., & Stewart, W.P. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. **Annals of tourism research**, 35(3), 668-689.
- Berger, P. (1977). **Facing up to modernity**. New York: Basic Books.

- Boorstin, D.J. (1964). **The image: A guide to Pseudo-event in American society.** New York: Harper & Row.
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2007). **The Experience Economy: A new perspective.** Amsterdam: Pearson Education.
- Bruner, E.M. (1999). The transformation of self in tourism. **Annals of tourism research, 18**(2), 238-250.
- Bryce, D., Curran, R., O’Gorman, K., & Taheri, B. (2015). Visitor’s engagement and authenticity: Japanese heritage consumption. **Tourism management, 46**(2015), 571-581.
- Castéran, H. & Roederer, C. (2013). Does authenticity really effect behavior? The case of the Strasbourg Christmas Market. **Tourism management, 36**, 153-163.
- Cater, K.A. (2008). **Volunteer tourism: an exploration of the perceptions and experiences of volunteer tourists and the role of authenticity in those experiences.** Master thesis in Applied Science, Grade School, Lincoln University.
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. **Annals of tourism research, 30**(3), 702-719.
- Chronis, A. & Hampton, R.D. (2008). Consuming the authentic Gettysburg: How a tourist landscape becomes an authentic experience. **Journal of consumer behavior, 7**(2008), 111-126.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. **Annals of tourism research, 15**, 371-386.
- Constructivist. (2013). Retrieved July 31, 2014, from <http://issuu.com/poepia/docs/constructivism>
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. **Annals of tourism research, 4**(4), 184-194.
- Graburn, N. (1983). The Anthropology of Tourism. **Annals of tourism research, 10**(1), 9–34.
- Grayson, K. & Martinec, R. (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their influence on assessments of authentic market offerings. **Journal of consumer research, 31**(2), 296-312.
- Eco, U. (1986). **Travels in hyperreality.** London: Picador.
- Fjellman, S. (1992). **Vinyl leaves: Walt Disney World and America.** Boulder: Westview.

- Feilden & Jokilehto, 1998 Feilden, B.M. and Jukka Jokilehto.(1998). **Management guidelines for world cultural heritage sites**. Rome: ICCROM.
- Gilmore, J.H. & Pine, Jr. B.J. (2007). **Authenticity: What consumers really want?**. Boston: MA Harvard Business School Press.
- Greenwood ,Davydd J. 1989 . “Cultural by the Pound : An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization” . **Valene L. Smith (editor) Hosts and Guests : The anthropology of tourism . 2nd edition . Philadelphia : University of Pennsylvania Press , Press .**
- Grayson & Martinec, 2004; Grayson, K. & Martinec, R. (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their influence on assessments of authentic market offerings. **Journal of consumer research**, 31(2), 296-312.
- Hobsbawm, E. (1983). “Inventing traditions.” In **The invention of tradition, 1-14**. Edited by Eric Hobsbawm and Terence Ranger. Cambridge Universiti Press.
- Hobsbawn ,Eric and Terence Ranger . 1984 . **The Invention of Tradition . London : Cambridge University Press .**
- UNESCO. **Hoi An Protocols: For the Best Practice in Asia**. Bangkok:UNESCO Bangkok, 2005.
- Heidegger, M. (1996). **Being and time**. Albany: University at Albany.
- Hillman, W. [n.d.]. **Revisiting the concept of (objective) authenticity**. Retrieved July 26, 2014, from <http://www.tasa.org.au/conferences/conferencepapers07/papers/26.pdf>
- Jang, S.C., Ha, J., & Park, K. (2012). Effects of ethnic authenticity: Investigating Korean restaurant customers in the U.S. **Tourism management**, 46(2012), 990-1003.
- Jamal, T. & Hill, S. (2007). Developing a framwork for indicators of authenticity: the place and space of cultural abd heritage tourism. In B. Prideaux, D. Timothy, K. Chon. (Eds). **Cutural and heritage tourism in Asia and Pacific**. (pp.17-34). London: Routledge.
- Jenkins, J. B. (1998). **Human Genetics**. New York: Harper Collins.
- Kim, H. & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. **Annals of tourism research**, 34(1), 760-779.
- Kim, J.H., Ritchie, J.R.B., & McCormick, B. (2012). Developmet of a scale to measure memorable tourism experience. **Journal of travel research**, 51(1), 12-25.
- Kolar, T. & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: an oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?. **Tourism Management**, 31(2010), 652-664.

- Littrell, M.A., Anderson, L.F., & Brown, P.J. (1993). What make a souvenir craft authentic? **Annals of tourism research**, 20(1), 197-215.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. **The American journal of sociology**, 79(3), 589-60.
- MacCannell, D. (2002). The ego factor in tourism. **Journal of consumer research**, 29(1), 146-151.
- McCarty, Teresa L., Tove Skutnabb-Kangas, & Ole Henrik Magga. (2007). Education for Speakers of Endangered Languages. In **Handbook of Educational Linguistics**. Oxford, UK: Oxford University Press 297-311.
- McIntosh, A.J. (2004). Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand. **Tourism management**, 25(1), 1-15.
- Mkono, M. (2012). A netnographic examination of constructive authenticity in Victoria Fall tourist (restaurant) experiences. **International journal of hospitality management**, 31(2012), 387-394.
- Olsen, K. (2002). Authenticity as a concept in tourism research. **Tourist studies**, 2(2), 159-182.
- Leepreecha, P., McCaskill, D., & Buadaeng, K. (2008). **Challenging the limits : indigenous peoples of the Mekong region**. Chiang Mai : Mekong.
- Reisinger, Y. & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. **Annals of tourism research**, 33(1), 65-86.
- Ritchie, J.R. & Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/ tourist experience research. **International journal of tourism research**, 11, 111-126.
- Sharpley, R. (1994). **Tourism, Tourists and Society**. Great Britain: ELM Publications.
- Smith, V. (1989). **Hosts & Guests: The anthropology of tourism**. 2nd ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, M. & Duffy, R. (2003). **The ethics of tourism development**. London: Routledge.
- Steiner, C.J. & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. **Annals of tourism research**, 33(2), 299-318.
- Taylor, J.P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. **Annals of tourism research**, 28(1), 7-26.
- Theobald, W. (1998). **Global tourism**. 2nd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Terziyska, I. (2012). Interpretation of authenticity in tourism. **Science & Research**, 4(2012), Retrieved July 26, 2014, from http://www.academia.edu/2073928/Interpretations_of_authenticity_in_tourism.
- Trilling, L. (1972). **Sincerity and authenticity**. Oxford: Oxford University.
- Urry, J. (1991). The Sociology of tourism. In C.P. Cooper (Ed). **Progress in tourism, recreation, and hospitality management**. (pp. 48-57). London: Belhaven.
- UNESCO. (2009b). **UNESCO Asia-Pacific awards for cultural heritage conservation: Award regulations**. Accessed April 15, 2012. Available from <http://www.unescobkk.org>.
- Waller, J. & Lea, S.E.G. (1998). Seeking the real Spain? Authenticity in motivation. **Annals of tourism research**, 25(4), 100-129.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. **Annals of tourism research**, 26(2), 349-370.
- Yang, L. (2007). **Planning for ethnic tourism: Case studies from Xishuangbanna, Yunnan, China**. Thesis of Ph.D. in Planning, University of Waterloo, Canada.
- Yeoman, I., Brass, D., & McMahon-Beattie, U. (2007). Current issue in tourism: The authentic tourist. **Tourism management**, 28(2007), 1128-1138.
- Yu, H., & Littrell, M.A. (2003). Product and process orientations to tourism shopping. **Journal of travel research**, 42(2), 140-150.

ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์

- กะสิน พ่อหาร. (27 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ประธานชาติพันธุ์ไทกะเลิง. บ้านหนองสังข์ ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม.
- คำพา คำมุงคุณ. (28 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล อุ่มเหมา อำเภอรอดูนม จังหวัดนครพนม.
- จำรอง สุธรรม. (1 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทโส้. บ้านโพนจาน ตำบลโพนจาน อำเภออำเภโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม.
- จีระ โคตรแสง. (28 ธันวาคม 2557). . สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล อุ่มเหมา อำเภอรอดูนม จังหวัดนครพนม.
- ฉัฏพรณ บุญเจริญ. (2 มิถุนายน 2558). . สัมภาษณ์. ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุดรธานี. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุดรธานี.
- ชัยบดินทร์ สาสีพันธ์. (18 มกราคม 2558). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ภูไท. บ้านภู ตำบล โพนทอง อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม.
- เต๋ดยอด ไพศุณย์. (18 พฤศจิกายน 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย.
- ถวัลย์ ผิวข่า. (18 มกราคม 2558). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ภูไท. บ้านภู ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร.
- ถ่าย ข่าคม. (27 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทกะเลิง. บ้านหนองสังข์ ตำบล หนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม.
- ถ่าย คำคม. (29 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนไทญ้อ. บ้านโพน ตำบลโนนตาล จังหวัด นครพนม.
- ธนิตศักดิ์ อุ่นตา. (17 มกราคม 2558). สัมภาษณ์. วัฒนธรรมจังหวัดนครพนม. สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครพนม จังหวัดนครพนม.
- ธีรัช สุวรรณมาโจ. (29 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ประธานไทญ้อ บ้านโพน. บ้านโพน ตำบล โนนตาล จังหวัดนครพนม.
- นิยม รุ่งภาษา. (19 พฤศจิกายน 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนไทพวน บ้านหม้อ. บ้านหม้อ ตำบล บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- นิยม รุ่งภาษา. (19 พฤศจิกายน 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนไทพวน บ้านหม้อ. บ้านหม้อ ตำบล บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- บัญชา ชัยกลาง. (3 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทแสก. หมู่บ้านวัฒนธรรมชน เผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.
- บุญเทียม วงศ์กะโซ่. (1 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์. ผู้แทนชาติพันธุ์ไทโส้. บ้านโพนจาน ตำบล โพนจาน อำเภออำเภโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม.

- บุญโส่ ไพศุณย์. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด ตำบล
เขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- บุญธรรม แก้วศรีนวม. (18 มกราคม 2558). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ภูไท. บ้านภู ตำบลบ้าน
เป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร.
- บุญยานุช วรรณยิ่ง. (17 มกราคม 2558). **สัมภาษณ์.** ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานนครพนม. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครพนม.
- ประไพศรี ใจχαν. (19 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทพวนบ้านหม้อ. บ้านหม้อ
ตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- ประมวน บุสกา. (27 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทกะเลิง. บ้านหนองสังข์
ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม.
- พงศธร สุวรรณมาโจ. (29 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทอุ้อบ้านโพ. บ้านโพ ตำบล
โนนตาล จังหวัดนครพนม.
- พรชัย คำมุงคุณ. (28 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล
อุ่มเหม้า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม.
- เพชรตะบอง ไพศุณย์. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด
ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- ไพฑูรย์ สีลาศักดิ์. (3 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทแสก. หมู่บ้านวัฒนธรรมชน
เผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.
- พิน โสดาตา. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด
ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- มนัสดา บัวน้อย. (19 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ประธานไทพวนบ้านหม้อ. บ้านหม้อ
ตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- มัน แสนมอม. (1 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทส่. บ้านโพจาน ตำบลโพจาน
อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม.
- เรียง คำมุงคุณ. (28 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล
อุ่มเหม้า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม.
- ยนต์ กลางประพันธ์. (18 มกราคม 2558). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ภูไท. บ้านภู ตำบล
บ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร.
- รุ่งเรือง ราชมณี. (1 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทส่. บ้านโพจาน ตำบล
โพจาน อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม.
- วัฒนา ใจχαν. (19 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทพวน บ้านหม้อ. บ้านหม้อ ตำบล
บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- วันชาติ ทิพย์พูล. (29 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทอุ้อ บ้านโพ. บ้านอุเทน ตำบล
อุเทน จังหวัดนครพนม.
- วาสนา อุตมะ. (19 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทพวน บ้านหม้อ. บ้านหม้อ ตำบล
บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.

- วิเศษ คำมุงคุณ. (28 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล
อุ่มเหม้า อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม.
- วิจิตร ไชยปรากฏ. (29 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทญ้อบ้านโนน. บ้านอุเทน ตำบล
อุเทน จังหวัดนครพนม.
- ศราวุธ สัพโส. (19 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนไทพวนบ้านหม้อ. บ้านหม้อ ตำบล
บ้านหม้อ อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.
- ศิริพรรณ ชัยกลาง. (3 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทแสก. หมู่บ้านวัฒนธรรม
ชนเผ่าไทแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.
- สมศักดิ์ แต้มกลาง. (1 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทโส้. บ้านโนนจาน ตำบล
โนนจาน อำเภอโนนสวรรค์ จังหวัดนครพนม.
- สันมา ศรีหาวงค์. (27 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทกะเลิง. บ้านหนองสังข์
ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม.
- สัมฤทธิ์ สุภามา. (5 พฤษภาคม 2558). **สัมภาษณ์.** วัฒนธรรมจังหวัดเลย. สำนักงานวัฒนธรรม
จังหวัดเลย จังหวัดเลย.
- สุรจิตต์ จันทรสาขา. (18 มกราคม 2558). **สัมภาษณ์.** ประธานวัฒนธรรมจังหวัดมุกดาหาร.
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร.
- เสาวภา ชัยกลาง. (3 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทแสก. หมู่บ้านวัฒนธรรม
ชนเผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.
- แสงสว่าง สีดี. (18 มกราคม 2558). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์กูไท. บ้านภู ตำบลบ้านเป้า
อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร.
- โส คำมุงคุณ. (28 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล
อุ่มเหม้า อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม.
- เหล็ก ดอนหล้านาม. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด
ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- แหวน ช้อนเปี้ยยุง. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด ตำบล
เขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- หม่วน สิงเลื่อง. (18 พฤศจิกายน 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทดำ. บ้านป่าหนาด ตำบล
เขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย.
- อาทิตย์ วงษ์กะสุ่ม. (3 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทแสก. หมู่บ้านวัฒนธรรม
ชนเผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.
- อุทิศ อุ๋นไชย. (28 ธันวาคม 2557). **สัมภาษณ์.** ผู้แทนชาติพันธุ์ไทข่า. บ้านโสกแมว ตำบล
อุ่มเหม้า อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ชุมชน

กลุ่มชาติพันธุ์.....

โครงการวิจัยย่อยที่ 1
แบบสัมภาษณ์อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

.....

คำชี้แจง :

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลดังนี้
 - 1.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงตามสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน
 - 1.2 เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะไม่มีผลกระทบใดๆ ที่เป็นผลทางลบ หากแต่จะเป็นผลทางบวกที่ก่อให้เกิดชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นพื้นฐานในการค้นหาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ – สกุล อายุ.....ปี ชาติพันธุ์

ที่อยู่.....

.....

อาชีพ โทรศัพท์.....

Facebook/Email.....

ตอนที่ 2 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์

1. ลักษณะของพื้นที่

- 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ (ที่ตั้ง แหล่งน้ำ ภูเขา ป่า) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ลักษณะทางภูมิศาสตร์เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

2. ทรัพยากร

2.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ

2.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติกับการดำเนินชีวิตของชุมชน มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพนิเวศแวดล้อมกับการดำเนินชีวิตของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

2.2 ทฤษฎีการทางวัฒนธรรม

2.2.1 วัฒนธรรมการแต่งกาย (วันธรรมดา วันงานประเพณี พิธีกรรม) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้การแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

2.2.2 วัฒนธรรมการบริโภค (อาหารการกิน ลักษณะของอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร ส่วนผสมในการประกอบอาหาร) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้วัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

2.2.3 ความเชื่อของชุมชนในการดำรงชีวิต มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ความเชื่อของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3. ประเพณีและวัฒนธรรม

3.1 วัฒนธรรมที่จับต้องได้

3.1.1 บ้านเรือนพื้นถิ่น (รูปแบบบ้าน การจัดสรรพื้นที่ภายในและภายนอก การเลือกทำเล)
มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ลักษณะของบ้านเรือน
พื้นถิ่นเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

3.1.2 โบราณวัตถุของชุมชน มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้โบราณวัตถุของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.1.3 โบราณสถานของชุมชน มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ลักษณะของบ้านเรือนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2 วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

3.2.1 ภาษาถิ่น และ/ หรือ ภาษาชาติพันธุ์ มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ภาษาถิ่น และ/ หรือ ภาษาชาติพันธุ์เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.2 วรรณกรรมพื้นบ้าน มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้วรรณกรรมพื้นบ้านเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.3 ศิลปะการแสดง มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.4 แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.5 งานช่างฝีมือดั้งเดิม มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้งานช่างฝีมือดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.6 ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

3.2.7 กีฬากฎมีปัญญาไทย การเล่น การกีฬา และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้กีฬากฎมีปัญญาไทย การเล่น การกีฬา และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

4. การบริหารจัดการของชุมชน

4.1 รูปแบบโครงสร้างทางสังคม (มีการนับถือผู้อาวุโสมาก บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ บทบาทในการเป็นผู้นำชุมชน ความสำคัญของผู้นำชุมชนทั้งในอดีตและปัจจุบัน) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้รูปแบบโครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

4.2 การรวมกลุ่มของชุมชน (ชมรม กลุ่ม องค์กรของชุมชน) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้การรวมกลุ่มของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

4.3 ความสัมพันธ์กับภายนอกชุมชน (การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก เรื่องที่เกี่ยวข้องกัน ลักษณะการปฏิสัมพันธ์) มีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่ทำให้ความสัมพันธ์กับภายนอกชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

ลักษณะในปัจจุบัน

.....

.....

.....

เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลง

.....

.....

.....

แบบสอบถามชุมชน



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ไทดำ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
2. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ		ไม่ต้องการ
2	แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ภูเขาแกว)		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	ลักษณะบ้านเรือนไทดำ		
6	ภาษาไทยดำ		
7	หอเจ้าบ้าน		
8	การรำแซปาง		
9	ความเชื่อเรื่องแถน		
10	ความเชื่อเรื่องผีเรือน		
11	ความเชื่อเรื่องขวัญ		
12	ความเชื่อเรื่องการเจ็บป่วย		
13	ความเชื่อเรื่องมดหมอต่างๆ		
14	พิธีเสนเรือน		
15	การทอผ้าซิ่นลายแตงโม		
16	ตุ่มนก ตุ่มหนู		
17	งานจักสาน		
18	การตีเหล็ก		
19	จ้ำ (ร่างทรง)		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ					
2	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
5	บ้านไทดำ มีขอกูด (เขาควย) เป็นสัญลักษณ์					
6	การสื่อสารด้วยภาษาไทดำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
7	การแสดงของไทดำ เช่น การรำแซปาง					
8	ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี					
9	ชุมชนมีความเชื่อเรื่องต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องแถน ผีเรือนขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอต่าง ๆ					
10	ห้ามบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของบ้านเข้าใกล้บริเวณมูมเสนเรือนของแต่ละบ้าน					
11	ชุมชนมีการทอผ้าขึ้นลายแต่งโมเป็นเอกลักษณ์ของไทดำ					
12	ดอกไม้ไทดำ ใช้ในการรำแซปาง					
13	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
14	การตีเหล็ก เป็นอาชีพดั้งเดิมของไทดำ					
15	จำ เป็นบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพและเชื่อฟังในการทำพิธีกรรม					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทดำ มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษาไทดำในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
5	การรำแซปาง เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน					
6	งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงความเคารพบรรพบุรุษ					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
7	ความเชื่อเรื่องต่างๆ (แถน ผีเรือน ขวัญ การเจ็บป่วย มดหมอ) เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี					
8	การเสนเรือน เป็นการแสดงความเคารพต่อบรรพบุรุษ					
9	การทอผ้าลายแตงโม เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของไทดำ					
10	ดอกไม้ไทดำ ใช้ประดับตกแต่งต้นป่าง					
11	เครื่องจักสาน การตีเหล็ก เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
12	จำ เป็นผู้นำในการประกอบพิธีกรรม					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ได้ชัดเจน					
3	บ้านเรือนไทดำ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาไทดำ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
5	การรำเซป่าง เป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับชุมชน					
6	เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					
7	ความเชื่อในเรื่องต่างๆ แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
8	การเสนเรือน เป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนพันเคราะห์ หมดทุกข์โศกโรคภัย					
9	ฝีมือการทอผ้า จักสาน ดอกไม้ไทดำ เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
10	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
11	จำ เป็นรางวัลที่ติดต่อกับเทวดาและผีบรรพบุรุษได้					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนจะมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.2 อุตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์การบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

พวน

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

3. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
4. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ต้องการ	ไม่ต้องการ
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ		
2	จุดชมวิวดอนชิงชัย		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษาพวน		
7	หมอลำพวน		
8	หอแม่นางอ้าว		
9	ฮัตสึบสอง คองสึบสี่		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ					
2	ดอนซิงซู เกาะกลางแม่น้ำโขง					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
4	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันงานประเพณีท้องถิ่น					
5	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
6	ลักษณะเฉพาะของเรือนไทพวน เป็นเรือนไม้ ได้ถุนสูง					
7	การสื่อสารด้วยภาษาไทยวน ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
8	หมอลำพวน เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า					
9	หอแม่จางอ้าว เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
10	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
11	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
12	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	ดอนซิงซู เป็นจุดชมวิว อยู่กลางแม่น้ำโขง					
3	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
4	บ้านเรือนไทพวน มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
5	การสื่อสารด้วยภาษาไทยวน ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น					
6	หมอลำพวน เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน ในเวลาว่าง					
7	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
8	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
9	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
	ดอนชิงขี้ มีความงดงามทางธรรมชาติ					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทพวน เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาพวน เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
7	หมอลำพวน เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์					
8	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
9	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
10	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.2 อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แนก

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

5. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
6. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ต้องการ	ไม่ต้องการ
2	แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (คอนตาทอง)		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษาแสกก		
7	แสกกต้นสาก		
8	ศาลองมู		
9	ความเชื่อในเรื่องผี		
10	ทอผ้า จักสาน		
11	คาถาอาคม		
12	กวนจำ		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ					
2	พื้นที่ตั้งของชุมชนติดกับริมแม่น้ำโขง					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
4	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันงานประเพณีท้องถิ่น					
5	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
6	ลักษณะเฉพาะของเรือนแสก เป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง					
7	การสื่อสารด้วยภาษาแสกในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
8	แสกเด่นสาก จัดในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งตรงกับประเพณี "กินเตรท" หรือ "วันตรุษญวน"					
9	ศาลอ้งมู่ เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบานขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
10	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
11	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
12	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
13	ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม					
14	กวนจ้าว เป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกให้เป็นตัวกลางในการติดต่อกับองค์กร					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนแสก มีใต้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษาแสกในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น					
5	แสกเด่นสาก แสดงถึงความสามารถในด้านการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่สามารถหาพื้นที่ตั้งของชุมชนได้เหมาะสม					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
6	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
7	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
8	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
9	ศาลาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย					
10	กวนจ้าว เป็นร่างทรงในการติดต่อกับองค์มู					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนแสก เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาแสก เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
5	แสกเด่นสาก เป็นการแสดงที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
6	องค์มู เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ชุมชนให้ความเคารพนับถืออย่างแรงกล้า					
7	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
8	ฝีมือการทอผ้า เป็นภูมิปัญญาของชนเผ่า					
9	ฝีมือการทำจักสาน เป็นภูมิปัญญาของชนเผ่า					
10	ศาลาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน					
11	กวนจ้าว เป็นผู้นำทางพิธีกรรมของชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.2 อุตสาหกรรมที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

กะเลิง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

7. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
8. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ต้องการ	ไม่ต้องการ
2	แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (คอนตาทอง)		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษากะเลิง		
7	การแสดงกลองต๋ม		
8	การร้องสารถีญะ		
9	บุญเลี้ยงผีปู่ตา		
10	ความเชื่อในเรื่องผี		
11	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่		
12	ทอผ้า จักสาน		
13	คาถาอาคม		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ					
2	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิง					
6	การสื่อสารด้วยภาษากะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
7	การแสดงของไทกะเลิง เช่น การตีกลองต๋ม					
8	ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี					
9	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
10	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
11	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
12	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
13	ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทกะเลิง มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษากะเลิงในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไทกะเลิง					
6	การตีกลองต๋ม เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน					
7	งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงถึงความเคารพ					
8	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
9	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
10	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
11	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
12	ศาลาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย					

3.2 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทกะเลิง เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของ ชาติพันธุ์					
4	ภาษากะเลิง เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
7	กลองตุ้ม เป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับชุมชน					
8	เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					
9	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
10	ฮัตสึบสอง คองสึบสี่ เป็นการสืบทอดตามบรรพบุรุษ					
11	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
12	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
13	ศาลาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.2 อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1

แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์การบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ข้า

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

9. เพศ
 1. ☐ ชาย
 2. ☐ หญิง
10. อายุ
 1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
 2. ☐ 21-30 ปี
 3. ☐ 31-40 ปี
 4. ☐ 41-50 ปี
 5. ☐ 51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
 1. ☐ โสด
 2. ☐ สมรส
 3. ☐ หย่า
 4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ต้องการ	ไม่ต้องการ
2	สวนดอกไม้		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษาเก่า		
7	การรำหมอลำ		
8	ปะลองแคนเกี่ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี่ยวสาว)		
9	ศาลปู่ตา		
10	บุญเลี้ยงผีปู่ตา		
11	ความเชื่อในเรื่องผี		
12	ทอผ้า จักสาน		
13	หมอสตรีช้วน		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ					
2	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไท่ข่า					
6	การสื่อสารด้วยภาษาข่าในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
7	ปะลองแคนเกี้ยวกะมูน (รำฟ้อนเกี้ยวสาว) เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไท่ข่า					
8	การรำหมอลอย เป็นการรำรำประกอบการทำพิธีเหยา					
9	ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี					
10	ศาลปู่ตา เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
11	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
12	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
13	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
14	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
15	ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม					
16	หมอลอยขวัญ เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถา					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไท่ข่า มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษาข่ากับกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไท่เช่า เป็นเรือนยกสูง ใต้ถุนเป็นพื้นที่ใช้สอยต่างๆ					
6	การติ๊กลองต๋ม เป็นกิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน					
7	งานบุญเลี้ยงผีปูด้า เพื่อแสดงถึงความเคารพ					
8	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
9	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
10	ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน) เป็นกิจกรรมที่สนุกสนานสำหรับหนุ่มสาว					
11	พิธีเหยา รักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชน และมีการร่ายรำประกอบ					
12	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
13	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
14	คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย					
15	หมอสตรีชาวัญ รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุก					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไท่เช่า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาไท่เช่า เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
5	ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน) เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์					
6	พิธีเหยาและการรำหมอเหยา เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษา					
7	เลี้ยงผีปูด้า เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
8	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
9	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
10	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
11	คาถาอาคม บังบอกความเก่งกล้าของชุมชน					
12	หมอสตรีชาวลัว เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถาตามความเชื่อของชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.2 อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ญ้อ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

11. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
12. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
		ต้องการ	ไม่ต้องการ
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ		
2	พระธาตุท่าอุเทน		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษาญ้อ		
7	การแห่ต้นจำปา		
8	การแห่นางแมว		
9	การรำไทญ้อ		
10	ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้		
11	บุญเลี้ยงหอย		
12	ความเชื่อในเรื่องผี		
13	ทอผ้ามัดหมี่ เครื่องปั้นดินเผา		
14	ฮัตสึบสอง คองสึบสี่		
15	หมอเป่า		
16	เจ้าแม่ เจ้าไต้		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ					
2	พระธาตุท่าอุเทน เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์					
2	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไทญ้อ เป็นเรือนไม้ ได้ถุนสูง					
6	การสื่อสารด้วยภาษาไทญ้อในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
7	การแห่ต้นจำปา ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ไปทั่วในชุมชน					
8	การแห่นางแมว มีการอันเชิญองค์พระบางมาแห่และมีผีนางแมวร่วม					
9	การรำไทญ้อ เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า					
10	ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงหอยเป็นประจำทุกปี					
11	ศาลหลักเมืองและศาลเจ้าโต่ง เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบาน ขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
12	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
13	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
14	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
15	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
16	หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทญ้อ มีได้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษาไทญ้อ ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
5	การแห่ต้นจำปา เพื่อบูชาพระพุทธรูปศาสนา					
6	การแห่นางแมว เพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาล					
7	การรำไท้ฮื้อ เพื่อบูชาพระธาตุท่าอุเทน					
8	งานบุญเลี้ยงหอ เพื่อแสดงถึงความเคารพต่อบรรพบุรุษ เจ้าที่ เจ้าทาง เทวดาอารักษ์ในพื้นที่ชุมชน					
9	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
10	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
11	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
12	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
13	หมอเป่า รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุก					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไท้ฮื้อ เป็นสิ่งบ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาไท้ฮื้อ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
5	การแห่ต้นจำปา เพื่อแสดงความเคารพต่อพระพุทธรูปศาสนา					
6	การแห่นางแมว เพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาลตามความเชื่อ					
7	การรำไท้ฮื้อ เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์					
8	ศาลหลักเมือง และศาลเจ้าโต่ง เป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยว ทางจิตใจของชุมชน					
9	เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					
10	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
11	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
12	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
14	หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถา ตามความเชื่อของชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.2 อุตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1

แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์การบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)

เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โลโก้

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

13. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
14. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ในการเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว	
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	ต้องการ	ไม่ต้องการ
2	ห้วยชะโนด (บ้านเลือนเจริญ)		
3	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
4	กินอาหารตามฤดูกาล		
5	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
6	ภาษาใต้ (ภาษาบรู บ้านเลือนเจริญ)		
7	การรำหมอลงยา		
8	การรำไล่ทั้งบั้ง		
9	หอยปูตา		
10	บุญเลี้ยงผีปูตา		
11	ความเชื่อในเรื่องผี		
12	ทอผ้า จักสาน เครื่องเงิน		
13	คาถาอาคม		
14	ฮีดลีสอง คองลีสี่		
15	หมอลงยา หมอเป่า		
16	แม่แก้ว		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ					
2	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
3	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล เช่น แจ่วเข็ญต์ มื้อกกะปู (หมกปู)					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนไทลื้อ					
6	การสื่อสารด้วยภาษาไทลื้อ (บ้านโพนจาน) ภาษาบรู (บ้านเลือนเจริญ) ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
7	การรำโล้ทั้งบั้ง เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทข่า					
8	การรำหมอลอย เป็นการร่ายรำประกอบการทำพิธีเหยา					
9	ชุมชนจัดงานบุญเลี้ยงผีปู่ตาเป็นประจำทุกปี					
10	หอยปูตา เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบานขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
11	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
12	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
13	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
14	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
15	ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม					
16	หมอสุนทรขวัญ หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา					
17	แม่แก้ว เป็นหัวหน้าทำพิธีแซงชะนาม					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทลื้อ มีได้ทุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
4	การสื่อสารด้วยภาษาไทย (บ้านโพจนาน) ภาษาบรู (บ้าน เลื่อนเจริญ) ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดี ยิ่งขึ้น					
5	การรำโล้ทั้งบั้ง เป็นการอัญเชิญผีมูล (ผีบรรพบุรุษ) มาสิงใน ร่างกายผู้เหยา					
6	พิธีเหยา รักษาการเจ็บป่วยของคนในชุมชน และมีการร่ายรำ ประกอบ					
7	งานบุญเลี้ยงผีปู่ตา เพื่อแสดงถึงความเคารพ					
8	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
9	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
10	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
11	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
12	คาถาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย					
13	หมอสูตรขวัญ รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุก					
14	แม่แก้ว เป็นผู้นำในการทำพิธีแซงชะนาม เพื่อบูชาผี					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนไทลื้อ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของ ชาติพันธุ์					
4	ภาษาไทยไทลื้อ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
5	การรำโล้ทั้งบั้ง เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์					
6	พิธีเหยาและการรำหมอเหยา เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของ ชุมชนในการพึ่งพิงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในการรักษา					
7	เลี้ยงผีปู่ตา เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					
8	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณ ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
9	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
10	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
11	คาถาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน					
12	หมอสูตรขวัญ เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถาตามความเชื่อของชุมชน					
13	แม่แก้ว เป็นผู้นำทางความคิดของชุมชนในการทำพิธีแซงชะ นาม					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.2 อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามชุมชน

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ภูไท

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 3 ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์
- ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

15. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
16. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา
 2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
 3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา
 4. ☐ ปริญญาตรี
 5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท
 2. ☐ 5,001 -10,000 บาท
 3. ☐ 10,001-15,000 บาท
 4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
 5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
 2. ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ☐ พนักงานบริษัท ห้างร้าน
 4. ☐ รับจ้างทั่วไป (ไม่ประจำ)
 5. ☐ เกษตรกรรม
 6. ☐ หัตถกรรม
 7. ☐ ค้าขาย
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์	ความต้องการ	
		ต้องการ	ไม่ต้องการ
1	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ		
2	ภูเขาล้อมรอบหมู่บ้าน		
3	พระพุทธรูป		
4	กุฏิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทาราม		
5	การแต่งกายชุดประจำเผ่า		
6	อาหารพื้นถิ่น (แจ่วฮ้อน, แกงกะบั้งเหิง)		
7	บ้านเรือนพื้นถิ่น		
8	ภาษาถิ่น		
9	ฟ้อนถิ่น		
10	ความเชื่อในเรื่องผี		
11	ทอผ้า (ผ้ามัดหมี่ลายมุกดา, ผ้าฝ้าย)		
12	ผ้าหมักโคลน		
13	วงดนตรีหนุ่มสาว สาวผาแดง		
14	ฮิตสิบสอง คองสิบสี่		

3. ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3.1 ด้านรูปแบบ

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ					
2	พระธาตุเรณูนคร เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์					
3	พระองค์แสน เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง					
4	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันธรรมดา					
5	ชุมชนแต่งชุดของชนเผ่าในวันงานประเพณีท้องถิ่น					
4	ชุมชนประกอบอาหารตามฤดูกาล					
5	ลักษณะเฉพาะของเรือนญไท เป็นเรือนไม้ ใต้ถุนสูง					
6	การสื่อสารด้วยภาษาญไท ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน					
9	การฟ้อนญไท เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า					
10	หอยภูปลา เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และชุมชนกราบไหว้ เพื่อบนบานขอพร เป็นที่พึ่งทางจิตใจ					
11	ชุมชนมีความเชื่อในเรื่องผี					
12	ชุมชนได้ปฏิบัติตามฮีตสิบสอง คองสิบสี่					
13	ชุมชนมีการทอผ้าใช้เอง					
14	ชุมชนมีอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักสานไว้ใช้เอง					
15	ชุมชนมีความเก่งกล้าทางคาถาอาคม					
16	หมอธรรม หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา					

3.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรในการเลี้ยงชีพ หาอาหาร					
2	การแต่งกายเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนญไท มีใต้ถุนบ้านสำหรับเลี้ยงสัตว์					
4	การสื่อสารด้วยภาษาญไท ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เพื่อความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น					
5	การรำญไท เพื่อบูชาพระธาตุท่าอุเทน					

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านหน้าที่และการใช้สอย	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
6	ความเชื่อในเรื่องผี เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนให้ทำแต่สิ่งที่ดี หากทำผิดผี จะต้องมียันตรายเกิดขึ้น					
7	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ เพื่อปฏิบัติตามวิถีชุมชน					
8	การทอผ้า เพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มเฉพาะของชาติพันธุ์					
9	เครื่องจักสาน เพื่อเป็นอุปกรณ์ในการทำมาหากิน					
10	ศาลาอาคม เพื่อป้องกันอันตราย					
11	หมอธรรม หมอเป่า รักษาผู้ที่เจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์ คาถา เช่น การเป่า การจอตกระดุก					

3.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

ข้อ	ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ด้านคุณสมบัตินามธรรม	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ธรรมชาติ เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิต					
2	การแต่งกาย เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์					
3	บ้านเรือนภูไท เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของชาติพันธุ์					
4	ภาษาภูไท เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่แปลกแยก					
7	การรำภูไท เป็นการแสดงที่มีคุณค่าต่อชาติพันธุ์					
8	พระธาตุเรณูนคร และพระเจ้าองค์แสน เป็นที่เคารพและยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชุมชน					
9	หอยปูปลา เป็นสิ่งที่ละลายไม่ได้ ต้องปฏิบัติเป็นประจำ					
10	ความเชื่อในเรื่องผี แสดงถึงความมีสำนึกทางจิตวิญญาณร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์					
11	ฝีมือการทอผ้า เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
12	ฝีมือในการทำจักสาน เป็นความภาคภูมิใจให้กับชุมชน					
13	ศาลาอาคม บ่งบอกความเก่งกล้าของชุมชน					
14	หมอธรรม หมอเป่า เป็นบุคคลที่รักษาการเจ็บป่วยด้วยเวทมนตร์คาถาตามความเชื่อของชุมชน					

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	การท่องเที่ยว	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	เศรษฐกิจ					
1	ชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
2	ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
3	ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว					
	สิ่งแวดล้อม					
4	ชุมชนมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว					
5	ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
6	ชุมชนตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ					
	สังคมและวัฒนธรรม					
7	ชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง					
8	ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าให้คงอยู่ยาวนาน					
9	ชุมชนมีความเต็มใจและร่วมมือกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน					
10	ชุมชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่จากนักท่องเที่ยว					
11	ชุมชนได้เรียนรู้ความทันสมัย/ สมัยใหม่ จากนักท่องเที่ยว					
12	ชุมชนมีความสมัครสามัคคีในการการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

5.1 อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5.2 อุตลักษณ์ที่ไม่สามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5.3 การเปลี่ยนแปลงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

.....

.....

.....

5.4 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

แบบสอบถามนักท่องเที่ยว



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ไทดำ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
2. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำ

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำจากแหล่งข้อมูลใด

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ภูเขาแก้ว
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทดำ
7. ☐ การแข่งขาน	8. ☐ ความเชื่อต่าง ๆ
9. ☐ ผ้าซิ่นลายแตงโม	10. ☐ ต้มนก ต้มหนุ
11. ☐ งานจักสาน	12. ☐ ผู้คนในชุมชน

7. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำคืออะไร
1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน
 2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
 3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ
 4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
 5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต
 6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)
8. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
 2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
 3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม
 4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
 5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
 6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
 7. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม
 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

พจน

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

3. เพศ	1. ☐ ชาย	2. ☐ หญิง
4. อายุ	1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2. ☐ 21-30 ปี
	3. ☐ 31-40 ปี	4. ☐ 41-50 ปี
	5. ☐ 51 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพ	1. ☐ โสด	2. ☐ สมรส
	3. ☐ หย่า	4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวนครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวน

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวนจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวนคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ดอนชิงช้า
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทพวน
7. ☐ หมอลำไทพวน	8. ☐ หอแม่ นางอ้าว
9. ☐ ยี่ตลึงสอง คองลึงสี่	10. ☐ ผู้คนในชุมชน

7. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวนคืออะไร
1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน
 2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
 3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ
 4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
 5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต
 6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)
8. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทพวนแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
 2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
 3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม
 4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
 5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
 6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
 7. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

แจก

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

5. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

6. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสก

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกเพราะเหตุใด

1. ☐ ต้องการพักผ่อน	2. ☐ ต้องการประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง
3. ☐ สนใจในการท่องเที่ยว	4. ☐ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
5. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

7. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ชมบรรยากาศริมโขง
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทแสก
7. ☐ แสกเต้นสาก	8. ☐ ศาลองมู
9. ☐ ทอผ้า จักสาน	10. ☐ กวนจ้ำ
11. ☐ คาถาอาคม	12. ☐ ผู้คนในชุมชน

8. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกคืออะไร

1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ	4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

9. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแสกแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวยังหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอโพธิ์สรวรค์ จังหวัดนครพนม
4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอนาทม จังหวัดนครพนม
5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
6. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม
7. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ไทกะเลิง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

7. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

8. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001 - 15,000 บาท	4. ☐ 15,001 - 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทกะเลิงครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทกะเลิง

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทกะเลิงเพราะเหตุใด

1. ☐ ต้องการพักผ่อน	2. ☐ ต้องการประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง
3. ☐ สนใจในการท่องเที่ยว	4. ☐ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
5. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทกะเลิงจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทกะเลิงคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

7. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ชมคอนตาทอง
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทยเกเลิง
7. ☐ การแสดงกลองตุ้ม	8. ☐ การร้องสารภัญญะ
9. ☐ บุญเลี้ยงผีปู่ตา	10. ☐ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่
11. ☐ ความเชื่อต่าง ๆ	12. ☐ ทอผ้า จักสาน
13. ☐ คาถาอาคม	14. ☐ ผู้คนในชุมชน

8. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทยเกเลิงคืออะไร

1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ	4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

9. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทยเกเลิงแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่นๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| 1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย |
| 2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร |
| 3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอโพธิ์สรวรค์ จังหวัดนครพนม |
| 4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม |
| 5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม |
| 6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม |
| 7. ☐ หมู่บ้านไทคำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย |
| 8. ☐ อื่นๆ (ระบุ) |

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเกเลิง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ไทเซา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

9. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

10. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ชาครั้งเท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ชา

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทเขาเพราะเหตุใด

1. ☐ ต้องการพักผ่อน	2. ☐ ต้องการประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง
3. ☐ สนใจในการท่องเที่ยว	4. ☐ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
5. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทเขาจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทเขาคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด
- | | |
|--|---|
| 1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ | 2. ☐ สวนดอกไม้ |
| 3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ | 4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น |
| 5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น | 6. ☐ ภาษาไทย |
| 7. ☐ พิธีเหยา | 8. ☐ ปะลองแคนเกียวกะมูน (รำฟ้อนเกียวกะมูน) |
| 9. ☐ บุญเลี้ยงผีปู่ตา | 10. ☐ ทอผ้า จักสาน |
| 11. ☐ หมอสูตรขวัญ | 12. ☐ ผู้คนในชุมชน |
7. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทเขาคืออะไร
- | | |
|---|---|
| 1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน | 2. ☐ ได้สัมผัสกับความงามแห่งธรรมชาติ |
| 3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ | 4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก |
| 5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต | 6. ☐ อื่นๆ (ระบุ) |
8. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทเขาคือแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | |
|--|
| 1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย |
| 2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร |
| 3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอโพธิ์สรวรค์ จังหวัดนครพนม |
| 4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอนาทม จังหวัดนครพนม |
| 5. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม |
| 6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม |
| 7. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย |

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทเขาคือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ไถ่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

11. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

12. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001 - 15,000 บาท	4. ☐ 15,001 - 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อ

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ สักการะพระธาตุท่าอุเทน
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทญ้อ
7. ☐ การแห่ต้นจำปา	8. ☐ รำไทญ้อ
9. ☐ ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าไต้	10. ☐ ปั่นหม้อดินเผา

11. ☐ ทอผ้ามัดหมี่
12. ☐ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่
13. ☐ หมอเป่า
14. ☐ ผู้คนในชุมชน
7. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อคืออะไร
1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน
2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ
4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต
6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)
8. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทญ้อแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวยังหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
3. ☐ หมู่บ้านไทโส อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม
4. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม
5. ☐ หมู่บ้านไทซำ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
7. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โลโก้

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

13. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

14. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทโส้ครั้งที่เท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทโส้

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทดำเพราะเหตุใด

1. ☐ ต้องการพักผ่อน	2. ☐ ต้องการประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง
3. ☐ สนใจในการท่องเที่ยว	4. ☐ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
5. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทโส้จากแหล่งข้อมูลใด

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทโส้คืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

7. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ทุ่งนา
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไทใต้
7. ☐ ทอผ้า จักสาน	8. ☐ ความเชื่อต่าง ๆ
9. ☐ ไล่ทั้งบั้ง	10. ☐ พิธีเหยา
11. ☐ หมอธรรม หมอเป่า แม่แก้ว	12. ☐ ผู้คนในชุมชน

8. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทใต้คืออะไร

1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน	2. ☐ ได้สัมผัสกับความงามแท้ของชุมชน
3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ	4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

9. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทใต้แล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
2. ☐ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
3. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
7. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม
8. ☐ อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทใต้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสบการณ์ด้านความงามแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



โครงการวิจัยย่อยที่ 1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเต็มใจต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ภูไท

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ข้อมูลที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

15. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

16. อายุ

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2. ☐ 21-30 ปี

3. ☐ 31-40 ปี

4. ☐ 41-50 ปี

5. ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. ☐ โสด

2. ☐ สมรส

3. ☐ หย่า

4. ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ☐ ประถมศึกษา	2. ☐ มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3. ☐ ปวส. หรือ อนุปริญญา	4. ☐ ปริญญาตรี
5. ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	2. ☐ 5,001 - 10,000 บาท
3. ☐ 10,001-15,000 บาท	4. ☐ 15,001 – 20,000 บาท
5. ☐ 20,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

1. ☐ นักเรียน/ นักศึกษา	2. ☐ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	4. ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. ☐ เกษตรกร	6. ☐ รับจ้างทั่วไป/ ลูกจ้างรายวัน
7. ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	8. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านมาเยือนหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทครั้งเท่าไร

1. ☐ ครั้งแรก	2. ☐ ครั้งที่ 2	3. ☐ 3 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไท

1. ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2. ☐ 1 - 2 ชั่วโมง
3. ☐ 3 - 4 ชั่วโมง	4. ☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

3. ท่านมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

1. ☐ เพื่อน	2. ☐ ครอบครัว
3. ☐ คนเดียว	4. ☐ สถานศึกษา
5. ☐ สถานที่ทำงาน	6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. ท่านทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ☐ สถานศึกษา	2. ☐ องค์กร/ สถานที่ทำงาน
3. ☐ เพื่อน/ คนรู้จัก	4. ☐ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
5. ☐ โทรทัศน์/ วิทยุ	6. ☐ นิตยสาร วารสาร
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

5. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทคืออะไร

1. ☐ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม	2. ☐ ความเรียบง่ายของผู้คนในหมู่บ้าน
3. ☐ ความสนใจในแตกต่างทางวัฒนธรรม	4. ☐ ระยะทางที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
5. ☐ การได้มาสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต	6. ☐ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน
7. ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

6. กิจกรรมใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

1. ☐ ชมวิถีชีวิตตามธรรมชาติ	2. ☐ ชมภูเขาล้อมรอบหมู่บ้าน
3. ☐ การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์	4. ☐ ชิมอาหารพื้นถิ่น (แจ่วฮ้อน, แกงกะบั้งเทิง)
5. ☐ บ้านเรือนพื้นถิ่น	6. ☐ ภาษาไท
7. ☐ พระพุทธรูป	8. ☐ ภูมิเภาและโบสถ์เภา (สิมเภา) วัดศรีนันทาราม
9. ☐ ทอผ้า (ผ้ามัดหมี่ลายมุกดา, ผ้าฝ้าย)	10. ☐ ผ้าหมักโคลน

11. ☐ วงดนตรีหนุ่มผาขาว สาวผาแดง 12. ☐ ฟ้อนรำภูไท
13. ☐ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ 12. ☐ ผู้คนในชุมชน
7. ท่านคิดว่าคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทคืออะไร
1. ☐ เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชน 2. ☐ ได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของชุมชน
3. ☐ พักผ่อนหย่อนใจ 4. ☐ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกับชีวิตที่ซ้ำซาก
5. ☐ สร้างความภาคภูมิใจในการดำเนินชีวิต 6. ☐ อื่นๆ (ระบุ)
8. นอกจากหมู่บ้านของชาติพันธุ์ไทแล้ว ท่านเคยเดินทางไป/ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวยังหมู่บ้านของชาติพันธุ์อื่น ๆ ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ☐ หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
2. ☐ หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
3. ☐ หมู่บ้านไทโส้ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม
4. ☐ หมู่บ้านไทญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
5. ☐ หมู่บ้านไทข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
6. ☐ หมู่บ้านไทแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
7. ☐ หมู่บ้านไทกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไท

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

ระดับการรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว

- 5 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับมาก
- 3 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อย
- 1 หมายถึง การรับรู้ของประสิทธิภาพด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด

[illegible]

[illegible]

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 พื้นที่

.....

.....

.....

4.2 ทรัพยากร

.....

.....

.....

4.3 ประเพณีวัฒนธรรม

.....

.....

.....

4.4 การบริหารจัดการของชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

แบบสัมภาษณ์ชุมชน

กลุ่มชาติพันธุ์.....



โครงการวิจัยย่อยที่ 1
แบบสัมภาษณ์อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)
เรื่อง ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

.....

คำชี้แจง :

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
 - 1.2 การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง
 - 1.3 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะไม่มีผลกระทบใดๆ ที่เป็นผลทางลบ หากแต่จะเป็นผลทางบวกที่ก่อให้เกิดชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นพื้นฐานในการค้นหาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ – สกุล อายุ.....ปี ชาติพันธุ์

ที่อยู่.....

หน่วยงาน.....

อาชีพ โทรศัพท์.....

Facebook/Email.....

ตอนที่ 2 แนวทางการสร้างต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง

1. ความสำคัญของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
ลักษณะในอดีต

.....

.....

.....

.....

.....

2. การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง

2.1 ด้านรูปแบบ

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ด้านหน้าที่และการใช้สอย

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 ด้านคุณสมบัตินามธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

3. การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน

3.1 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้

.....

.....

.....

3.2 รูปแบบ

.....

.....

.....

3.3 คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับ

.....

.....

.....

4. ความพร้อมของชุมชนต่อการเป็นผู้อยู่ในฐานะ “ผู้ถูกท่องเที่ยว”

4.1 กิจกรรมท่องเที่ยว

.....

.....

.....

4.2 รูปแบบ

.....

.....

.....

4.3 คุณค่าที่ชุมชนได้รับ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
บทคัดย่อหน้าเสนองานวิจัย

ความเดิมแท้: พลวัตของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับการท่องเที่ยวใน อาเซียน*

Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism

วิศิษฐ์ศิริ ชุสกุล **

Wisitsiri Chusakul

บทคัดย่อ

การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมสมัยใหม่ในเชิงพาณิชย์มีมากขึ้น ทำให้คุณค่าและความหมายของความเป็นตัวตนในกลุ่มชาติพันธุ์เปลี่ยนแปลงไป การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้แก่ ไทยดำ พวน ญ้อ ไส้ ผู้ไท แสก ข่าและกะเลิงในพื้นที่จังหวัดเลย หนองคาย นครพนมและมุกดาหาร โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์และตัวแทนของภาครัฐ จำนวน 27 คน ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและแตกต่างตามภูมิหลังของชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 1) ลักษณะของพื้นที่ 2) ทรัพยากร (ธรรมชาติและโบราณสถาน โบราณวัตถุ) 3) ประเพณีและวัฒนธรรม (บ้านเรือนพื้นถิ่น ภาษาชาติพันธุ์ การแต่งกาย การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อและพิธีกรรมและงานช่างฝีมือ) และ 4) การบริหารจัดการของชุมชน ทั้งนี้ ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ได้ปรับเปลี่ยนไปตามความทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มชาติพันธุ์โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการอนุรักษ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ของวัตถุและการสร้างความหมายความเดิมแท้ให้กับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้เกิดขึ้น

คำสำคัญ : ความเดิมแท้, อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์, แม่น้ำโขง, อาเซียน, การท่องเที่ยว

* ผลการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยชุดที่ 1 เรื่อง "ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง" ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง "การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานของความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน" ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ปี 2557

** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย; Email: wchusakul@gmail.com

*2nd ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences
27-29 August 2015, Vientiane, Lao PDR.*

Abstract

The ethnic identity presentation which meets the modern commercial society demand has been increasing. This results in decreasing in their values and ethnic identity. The research objective is to study the ethnic groups identity along Mekong river; Tai Dam, Puan, Yor, So, Phu Tai, Saek, Kha, and Ka Leung ; Loei, Nongkhai, Nakhon Panom, and Mukdahan province. The study is the qualitative research and conducted by in-depth interview. There are 27 interviewees in this research; ethnic group representatives and governors. The results shows that ethnic groups' identities are diversified based on their backgrounds. The identities are based on 1) location 2) resources (natural resources, historic sites and antiques) 3) tradition and culture (local house-style, ethnic language, costumes, food consumption, performing arts, faith and worship, and craft) and 4) community's management. The authenticity of identities has changed and adapted due to survival of members. Therefore, tourism activities are the main drivers to conserve the ethnic's identities based on objective authenticity and constructive authenticity.

Key Word: Authenticity, Ethnic Identity, Mekong River, ASEAN, Tourism

ภาคผนวก ค

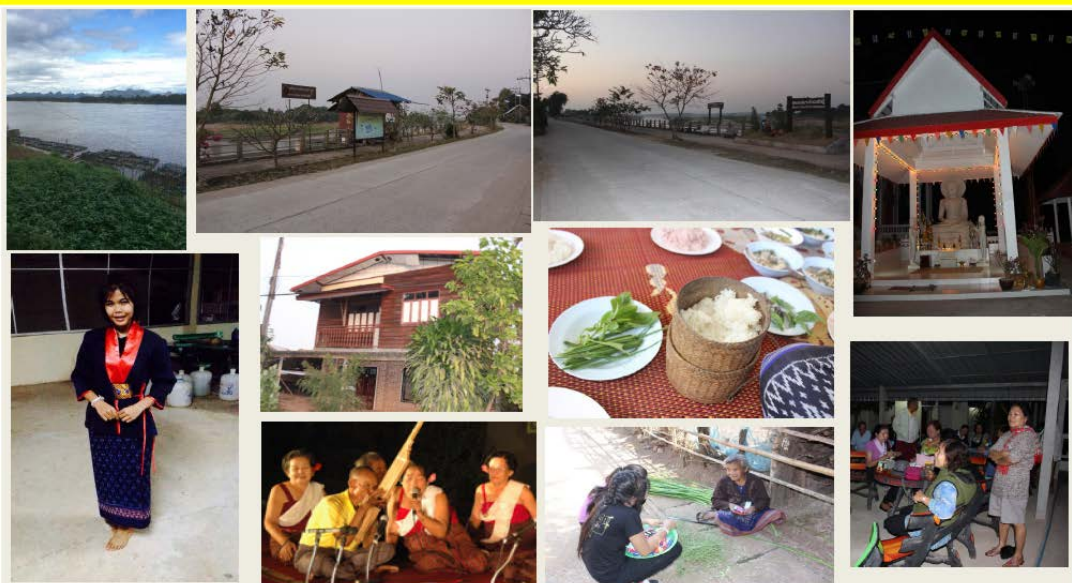
ภาพอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในอดีต – ปัจจุบัน

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ไทพวน

อดีต - ปี พ.ศ. 2535

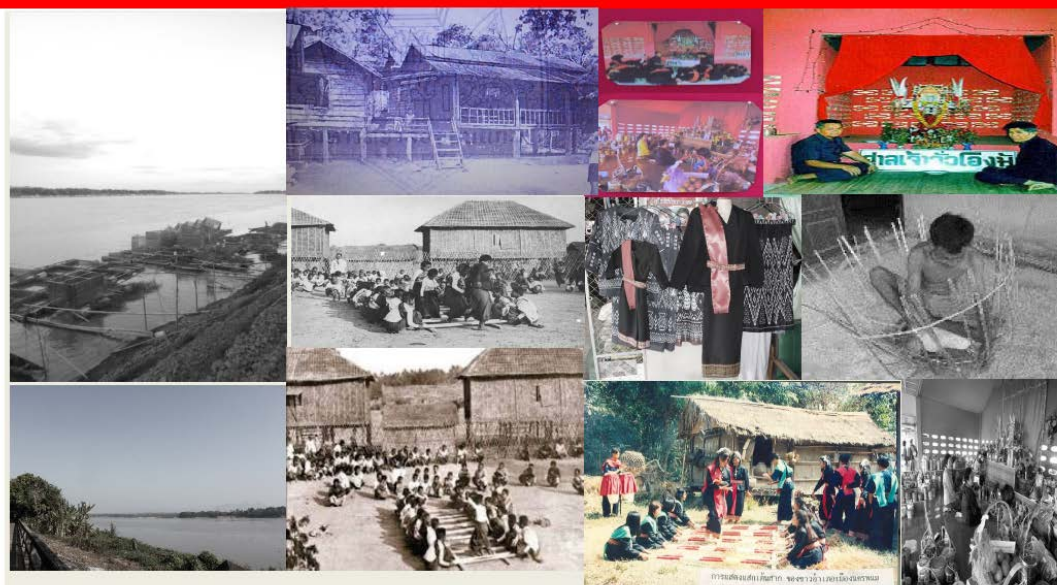


ปี พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน



อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ไทแสก

อดีต - ปี พ.ศ. 2553



ปี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน



อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ไทกะเลิง

อดีต - ปี พ.ศ. 2553

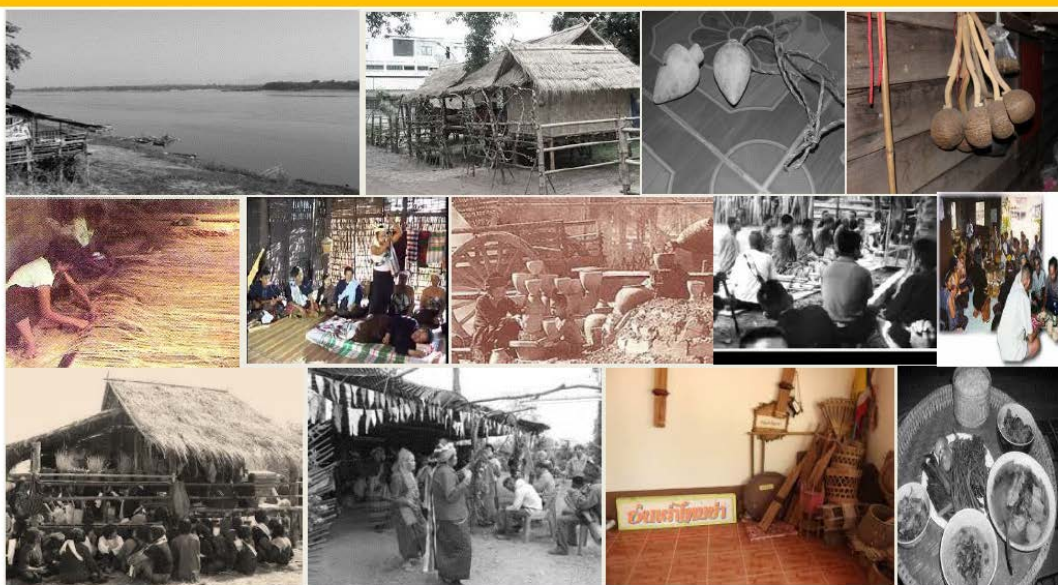


ปี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน



อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ไทข่า

อดีต - ปี พ.ศ. 2557



ปี พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน



อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ไทญ้อ

อดีต - ปี พ.ศ. 2545



ปี พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน



อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : ภูไท

อดีต - ปี พ.ศ. 2549



ปี พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน



ภาคผนวก ง
ภาพบรรยากาศเก็บข้อมูล

บรรยากาศการตอบแบบสอบถามของชุมชน



บรรยากาศการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว



บรรยากาศสัมภาษณ์ชุมชน



บรรยากาศสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

