

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดองค์ความรู้เพื่อพัฒนารุทกกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจองค์ความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคอีสาน และเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวทางศิลปะวัฒนธรรมของภาคอีสาน โดยเน้นจังหวัดมหาสารคามเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร การสำรวจองค์ความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมภาคสนามใน 19 จังหวัดภาคอีสาน จากการสัมภาษณ์ ผู้รู้ นักวิชาการ ผู้นำชุมชน นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสังเกต การสัมภาษณ์ และใช้การสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาแนวคิดเพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT (Strength Weakness Opportunities Threat) ในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ภาคอีสานมีองค์ความรู้ด้านศิลปะวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมากโดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญรวม 324 แห่ง แบ่งเป็น 4 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรมและโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม ศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ และในจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด แหล่งท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถานมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม ศิลปะวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นมีน้อยที่สุด สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมภาคอีสานในอดีตส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากขอม โดยเฉพาะในกลุ่มอีสานใต้ และอีสานกลางบางส่วน ประเพณี พิธีกรรมได้รับอิทธิพลจากประเทศลาว และมีศิลปกรรมจากอินเดียปรากฏพบบางส่วน โดยเฉพาะพระพุทธรูปและสถูปโบราณ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรมภาคอีสาน โดยเน้นจังหวัดมหาสารคามเป็นศูนย์กลางทำได้โดยใช้ยุทธศาสตร์ MICE กระตุ้น ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้การประชุมสัมมนา การแสดงสิ่งประดิษฐ์ การประชุมใหญ่ระดับนานาชาติ และการจัดแสดงนิทรรศการ ควรให้สถาบันอุดมศึกษา และส่วนราชการ เป็นแกนนำ เพราะจังหวัดมหาสารคามมีสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐมากที่สุด ในภาคอีสาน กิจกรรมต้องสามารถนำเสนอจุดขายที่เด่นของสถาบันหรือองค์กร เน้นการวางแผนร่วมกัน ทำอย่างต่อเนื่องตลอดปี นอกจากนี้ยังควรวางแผนการจัดการท่องเที่ยวให้กระจายไปทุกอำเภอเพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้รับประโยชน์ และมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้คือ ควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักวิชาการ ข้าราชการ นักศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง การท่องเที่ยวภายในจังหวัดมหาสารคามควรจัดการท่องเที่ยวช่วง

สั้น 1-2 วัน เน้นให้กลุ่มนักวิชาการ ข้าราชการ และนักธุรกิจ กวรมี package การท่องเที่ยวให้เลือกอย่างหลากหลาย เน้นการใช้จ่ายครบวงจรของนักท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่การเดินทาง ความหลากหลายของบรรยากาศการพักผ่อนแบบท้องถิ่น โรงแรมที่พัก สินค้าพื้นเมือง การแสดงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ควรให้สถาบันอุดมศึกษาและหน่วยราชการต่าง ๆ เป็นเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดทุกเดือน ใช้ MICE ในการจัดกิจกรรม เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ และวางแผนปีร่วมกันเพื่อให้มีการท่องเที่ยวตลอดปี และควรคำนึงถึงฤดูกาลที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

Abstract

The purposes of the study on participation of the people in knowledge management for cultural tourism business in Maha Sarakham province were to survey art and cultural knowledge – base available as information for the development of Isan tourism and make a data – base of Isan art and cultural tourism centering at Maha Sarakham. As a survey research, documentary studies on art and culture of 19 Isan provinces. Interviews with experienced and educated individuals, community leaders, businessmen and women and concerned people were made. Observations and focus – group discussions were also conducted so that SWOT analysis of Maha Sarakham tourism was done. The results of the study were as follows :

Isan has plenty of art and cultural knowledge – base covering 324 major tourist attractions. Such attractions are classified and ranged from highest to lowest as architecture and archeology, art and culture, nature, and newly – manmade. Most of the architectural and archeological attractions are ancient Khmer remnants. Traditions and rituals performed are once under the influence of Laos; art particularly the Buddha image and stupa making are borrowed from India.

The promotion of art and cultural tourism centering at Mahasarakham province may be done by using MICE. Activities under such a strategy include arranging for seminars, displaying of inventions or handicrafts, international meetings. The government and higher education institutes should take the lead offering major marketings of such productivities. Market planning should be made annually allowing all districts to participate enhancing money making from tourism.

It is suggested that 1-2 day tour packages should be made available for interested customers ranging from academicians to business entrepreneurs and students. The tour packages should offer one – stop service providing routes, hotel accommodations, souvenir, and art and cultural shows available for all - seasoned tourism of Mahasarakham province.