



แผนงานวิจัย  
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน  
Mekong Ethnic Groups Tourism Development, Based on the Authenticity,  
to Support ASEAN Tourism Plan

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย  
ดร. ตลฤทัย โกวรรณะกุล

มีนาคม 2559

สัญญาเลขที่ RDG5750043

รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

Mekong Ethnic Groups Tourism Development, Based on the Authenticity,  
to Support ASEAN Tourism Plan

คณะผู้วิจัย

ดร. ดลฤทัย โกวรรณะกุล  
ผศ.ดร.พรลภัส สุวรรณรัตน์  
นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล  
นายศรารุช ผิวแดง

สังกัด

มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

สนับสนุนโดยคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

แผนงานวิจัย  
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน  
Mekong Ethnic Groups Tourism Development, Based on the Authenticity,  
to Support ASEAN Tourism Plan

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย  
ดร. ดลฤทัย โกวรรธนะกุล

ชื่อโครงการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัย

โครงการวิจัยย่อยที่ 1: ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 1: นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล

โครงการวิจัยย่อยที่ 2: การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 2: นายศรารัฐ ผิวแดง

โครงการวิจัยย่อยที่ 3: การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
ในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 3: ผศ.ดร.พรลภัส สุวรรณรัตน์

โครงการวิจัยย่อยที่ 4: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน  
หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 4: ดร. ดลฤทัย โกวรรธนะกุล

สัญญาเลขที่ RDG5750043  
 แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
 เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน”  
 สรุปรายงานฉบับสมบูรณ์

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ /หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
1. อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว / ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	100%	
2. ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์	100%	
3. ข้อเสนอแนะนโยบาย และมาตรการในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / ต้นแบบการศึกษาวិเคราะห์เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์	100%	

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ /หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
4. แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ตัวอย่างเช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บุธส่งเสริมการท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์โฟน ของที่ระลึก	100%	
5. ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนฐานความเข้มแข็ง รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาด สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับ แผนการท่องเที่ยวของอาเซียน	100%	



ลงนาม..... (หัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน)

(ดร.ชลฤทัย โกวรธนะกุล)

วันที่ 21 มีนาคม 2559

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และสำเร็จลุล่วงด้วยดี ส่งผลให้ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเป้าหมาย พื้นที่ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านฐานข้อมูลการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว ในลักษณะของการบูรณาการวิชาการหลากหลายสาขาวิชา เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาต่อยอดในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป และเป็นการบริการวิชาการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนโอกาส และการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ รวมถึงคำแนะนำ และความช่วยเหลือเป็นอย่างดี และการต้อนรับที่อบอุ่นของชาวมุกดาหาร นครพนม หนองคาย และจังหวัดเลย

ขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย คุณปวิพัทธ์ ตันมิ่ง และคุณณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์ ที่ร่วมลงพื้นที่เก็บข้อมูล ประมวลผล วิเคราะห์ และช่วยประสานงานรูปเล่ม ขอขอบคุณบริษัท ก-ฮ จำกัด ที่ช่วยพัฒนาและออกแบบแบรนด์การท่องเที่ยว และสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

ผู้วิจัยใคร่ขอบคุณผู้เกี่ยวข้องของทุกฝ่ายที่ได้ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ จนทำให้โครงการวิจัยนี้บรรลุผลสำเร็จด้วยดีทุกประการ

ดลฤทัย โกวรรณะกุล

มีนาคม 2559

## บทสรุปผู้บริหาร

**ชื่องานวิจัย** การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน  
Mekong Ethnic Groups Tourism Development, Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan

**ชื่อนักวิจัย** ดร.ดลฤทัย โกววรรณกุล

**หน่วยงาน** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 1. บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

แผนงานวิจัยโครงการนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เดิมแท้ต่ออัตลักษณ์ ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว และการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการสร้างต้นแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียนสำหรับปี 2554 – 2558 ในพื้นที่ดังต่อไปนี้ กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ (Black Tai) เลย เชียงคาน / ไทพวน (Phuan) หนองคาย โพนพิสัย / ไทญ้อ (Tai Yo) นครพนม ท่าอุเทน มุกดาหาร นิคมคำสร้อย บึงกาฬ เมือง / ภูไท (Phuthai) มุกดาหาร เมือง, คำชะอี, หนองสูง, ดงหลวง, นิคมคำสร้อย, ดอนตาล / ไทแสก (Saek) นครพนม เรณูนคร, นาแก, ธาตุพนม, นาหว้า บึงกาฬ โซ่พิสัย, พรเจริญ, เมือง นครพนม เมือง, นาหว้า, ศรีสงคราม / ไทยข่า (Tai Kha) มุกดาหาร เมือง, นิคมคำสร้อย, ดอนตาล, ดงหลวง นครพนม ท่าอุเทน, นาแก / ไทโส้ (So) นครพนม โพนสวรรค์ มุกดาหาร ดงหลวง และไทกะเลิง (Kaleng) นครพนม นาแก มุกดาหาร ดอนตาล

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.3.3 เพื่อศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

1.3.4 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.3.5 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

#### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

2) ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

3) สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

4) สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวและเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

5) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

จังหวัดมุกดาหาร นครพนม หนองคาย และเลย

#### 1.3.3 ขอบเขตระยะเวลา

1 สิงหาคม 2557 – 30 กันยายน 2558

#### 1.3.4 ขอบเขตประชากร

รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย

1) ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
2) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
โครงการวิจัยย่อยที่

3) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

4) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน



จากนั้น ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

#### 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการย่อยทั้ง 4 ประกอบด้วย โครงการวิจัยย่อยที่ 1: ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โครงการวิจัยย่อยที่ 2: การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โครงการวิจัยย่อยที่ 3: การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

โครงการวิจัยย่อยที่ 4: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

จากนั้น ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ให้เกิดองค์ความรู้ เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ซึ่งมีองค์ประกอบของข้อมูลดังนี้

1.4.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

1.4.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.5 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

## 2. สรุปผลการดำเนินงาน

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีสรุปภาพรวมของการวิจัยดังนี้

**2.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

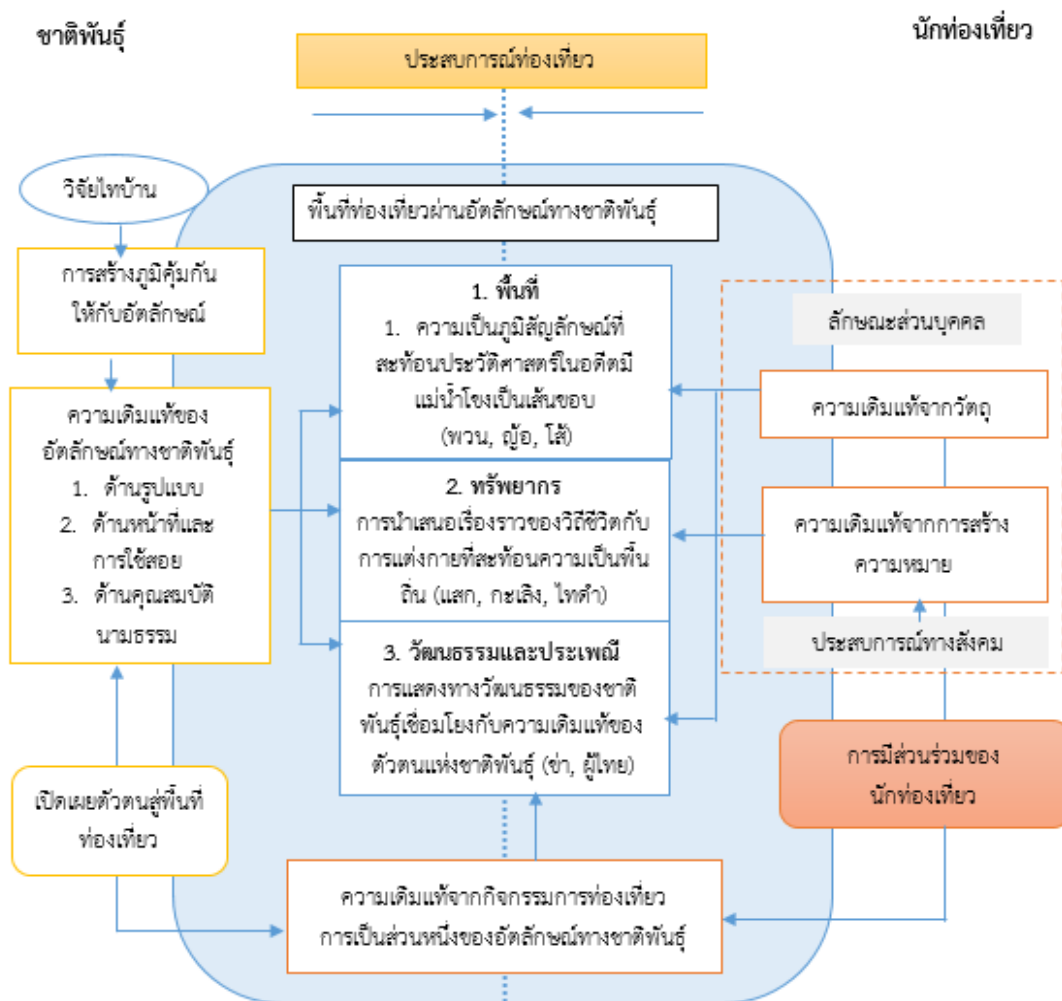
2.1.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

- 1) ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาจากการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์
- 2) ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ พิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร
- 3) ด้านประเพณีและวัฒนธรรม พิจารณาจากลักษณะบ้านเรือน ภาษา ความเชื่อ การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อ พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม ตลอดจนแนวปฏิบัติของสังคมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ
- 4) ด้านการบริหารจัดการของชุมชน พิจารณาจากการนับถือผู้อาวุโสและบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ

2.1.2 ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม โดยไทดำมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ภูไท แสกก กะเลิง พวน ญ้อ และอันดับสุดท้ายคือ ข่าและส่วย ตามลำดับ ส่วนของอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การแต่งกาย ภาษา ความเชื่อ อาหาร การทอผ้า จักสาน ลักษณะบ้านเรือน ประเพณี วิถีชีวิตตามธรรมชาติ และแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

2.1.3 ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว คือ อัตลักษณ์ของแสกก กะเลิง และญ้อ มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ คือ ภูไทมีความสำคัญมากที่สุด และอันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร รองลงมา คือ หมู่บ้านแสกก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

2.1.4 การสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ได้มีจุดยืนทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนออัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ 2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น และ 3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

## 2.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

2.2.1 ศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์พบว่าศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้ง 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และด้านการตลาด และรวบรวมข้อมูลศักยภาพเบื้องต้นของพื้นที่จากเอกสารงานวิจัย เว็บไซต์ต่างๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของพื้นที่ของกลุ่มชาติ สรุปลงได้ว่า

1) ด้านที่พัก มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยวใกล้กับศูนย์วัฒนธรรมไทดำสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน

2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เดินทางจากตัวเมืองไปทางอำเภอเชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญ เจอแยกแล้วเลี้ยวขวา ตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง(มีป้ายบอกว่าเทศบาลตำบลเขาแก้ว) ตรงมาอีกประมาณ 3 กม. พอถึงสามแยกบ้านนาป่าหนาดเลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ อยู่ซ้ายมือ

3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น อาหาร การแต่งกาย เป็นต้น

4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ที่เข้าร่วมกิจกรรมการทำตุ้มนก-ตุ้มหนู นั่งรถอีแต่น เยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรม หอเจ้าบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน

5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า

6) ด้านความปลอดภัย มีการจัดการด้านความปลอดภัยโดยแบ่งเวรยามรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น

8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

2.2.2 การกำหนดองค์ประกอบ เกิดจากการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยภาคทฤษฎี จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการวิจัยเชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ องค์ประกอบในการนำไปพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยมีตัวบ่งชี้ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังนี้

- 1) การบริการอย่างสร้างสรรค์
- 2) กิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- 3) การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์
- 4) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.3 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้กำหนดความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 8 ชาติพันธุ์ ดังนี้

1) ไทดำ

เส้นทางที่ 1 การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเลยไป อำเภอเชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญแยกเลี้ยวขวาตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง (มีป้ายบอกเทศบาลเขาแก้ว) ตรงมาอีก 3 กม. พอถึงสามแยกบ้านนาป่าหนาดเลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ

2) ภูไท

เส้นทางที่ 2 การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท บ้านภู ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร บ้านภู อยู่ห่างจากว่าการอำเภอหนองสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดมุกดาหาร 57 กิโลเมตร ถนนลาดยางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2370 (สายหนองสูง – นิคมคำสร้อย) จากนิคมคำสร้อยระยะทาง 29 กิโลเมตร

## 3) ไทพวน

เส้นทางที่ 3 จากถนนมิตรภาพอุดรธานี-หนองคาย เลี้ยวซ้ายตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 211 ระยะทาง 42 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งของอำเภอศรีเชียงใหม่ เดินทางต่อไปยังเส้นทางอำเภอศรีเชียงใหม่ - สังคม ประมาณ 5 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งตำบลบ้านหม้อ

## 4) ไทโส้

เส้นทางที่ 4 จากจังหวัดนครพนม สามารถใช้เส้นทางสายนครพนมท่าอุเทน ระยะทาง 27 กิโลเมตร ก่อนถึงท่าอุเทน 3 กิโลเมตรให้เลี้ยวซ้ายไปถนนสายท่าอุเทน โพนสวรรค์ ประมาณ 20 กิโลเมตรและวิ่งผ่านอำเภอโพนสวรรค์ ไปถนนสายโพนสวรรค์ กุสุมาลย์ ประมาณ 3 กิโลเมตรก็เข้าสู่ตำบลโพนจาน

## 5) ไทแสก

เส้นทางที่ 5 เดินทางโดยรถยนต์สายนครพนม - ท่าอุเทน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร ตั้งอยู่ที่ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมืองจังหวัดนครพนม

## 6) ไทซ่า

เส้นทางที่ 6 การเดินทางเข้าสู่ตำบลดงหลวง เข้าได้ 2 ทาง เข้าทาง อ.เซอี จ.มุกดาหาร และ อ.เขาวง จ.กาฬสินธุ์ เข้าทาง อ.เมือง จ.มุกดาหาร และ อ.นาแก จ.นครพนม

## 7) ไทกะเลิง

เส้นทางที่ 7 จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ 107 แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 23 ผ่านจังหวัดมหาสารคาม ทางหลวงหมายเลข 213 แล้วแยกขวาเข้าสู่จังหวัดกาฬสินธุ์และผ่านจังหวัดสกลนคร ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม ตามทางหลวงหมายเลข 22 รวมระยะทางประมาณ 740 กิโลเมตรและเดินทางต่อไปยัง ต.หนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม อีกประมาณ 30 กม.

## 8) ไทย้อย

เส้นทางที่ 8 ที่ตั้ง วัดคามวาสี บ้านโพน หมู่ 8 ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ห่างจาก อ.เมือง ประมาณ 28 กม. โดยใช้เส้นทางเดินทางผ่าน ตำบลอาจสามารถไปยังอำเภอท่าอุเทน

2.2.4 การพัฒนาศักยภาพภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ไทดำ ภูไท ไทพวน ไทโส้ ไทแสก ไทซ่า กะเลิง และไทย้อย

2.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

2.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) เห็นด้วย เกี่ยวกับ การมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

2) เห็นด้วย เกี่ยวกับ ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อยู่ในระดับมาก

3) เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็น ด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยด้านอุปสงค์ ด้านปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยง ด้าน ปัจจัยด้านความพร้อม ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

4) อายุ แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแตกต่างกัน

5) ชาติพันธุ์ แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแตกต่างกัน

6) ชาติพันธุ์ไทดำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต และด้านความ พร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงที่มีชาติพันธุ์ไทขาว ไทแสก ไทกะเลิง ไทญ้อ ไทพวน และไทส่วย

2.3.2 กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยวตามความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยวตามความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

กลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง	ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ไทดำ	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทพวน	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจคมนาคมขนส่ง
ไทส่วย	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
ไทญ้อ	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทแสก	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจที่พักแรม
ไทกะเลิง	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
ไทขาว	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ภูไท	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว

2.3.3 แนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ อุดมการณ์แห่งชุมชน ภารกิจที่ชัดเจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึง การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการประสานความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐบาลและเอกชน (ประชาชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ฯลฯ) ที่จะทำงาน ร่วมกันในลักษณะของทีมงาน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการ

ท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้มีประสิทธิภาพทางการผลิตผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยยังคงความเดิมแท้ของชุมชนไว้ มีการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้มากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายรูปแบบเป็นต้นซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดความสำเร็จในชุมชนจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มากขึ้น อาทิ การสร้างงานให้กับประชาชนในชุมชน การส่งเสริมการดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความเดิมแท้ของชุมชน การเพิ่มการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชน และทักษะและความรู้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้น จากพื้นฐานของพัฒนาการการท่องเที่ยว ความเหมือน ความต่าง ความโดดเด่นในแต่ละธุรกิจ และปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆของแต่ละชาติพันธุ์ ทีมผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยการทำ Tourism Cluster Development โดยแบ่งกลุ่มพัฒนาออกเป็น 3 กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจ ดังนี้

- 1) ธุรกิจที่พักแรมได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท และกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ
- 2) ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอู๋ กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง และกลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า
- 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก ซึ่งแต่ละกลุ่มก็ต้องใช้กลยุทธ์ และทรัพยากรที่หลากหลายแตกต่างกันไปเพื่อให้เหมาะสมกับความโดดเด่น และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

#### 2.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

2.4.1 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาในรูปแบบกลุ่มใหญ่ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และมีการติดต่อกับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงไว้ล่วงหน้าก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2557 มีกลุ่มคณะนักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนภูไท บ้านภูอ.หนองสูง จ.มุกดาหาร จำนวนทั้งสิ้น 115 คณะ และมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการรวมกลุ่มจังหวัดในชื่อ "สนุก" ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดสกลนคร มุกดาหาร และนครพนม เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมถึงคณะทัวร์ต่างๆ เพื่อดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวเข้ามาหมุนเวียนภายในกลุ่มจังหวัด พร้อมสร้างจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประจำจังหวัด จุดซื้อของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดโครงการยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เจริญเวช เจริญเกษตรอินทรีย์ กลุ่มจังหวัดสนุก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า

2.4.2 สถานการณ์การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงมีการสร้างแบรนด์ประเภท ดังนี้ 1) แบรนด์ที่นำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว (Consumer Product Brands)

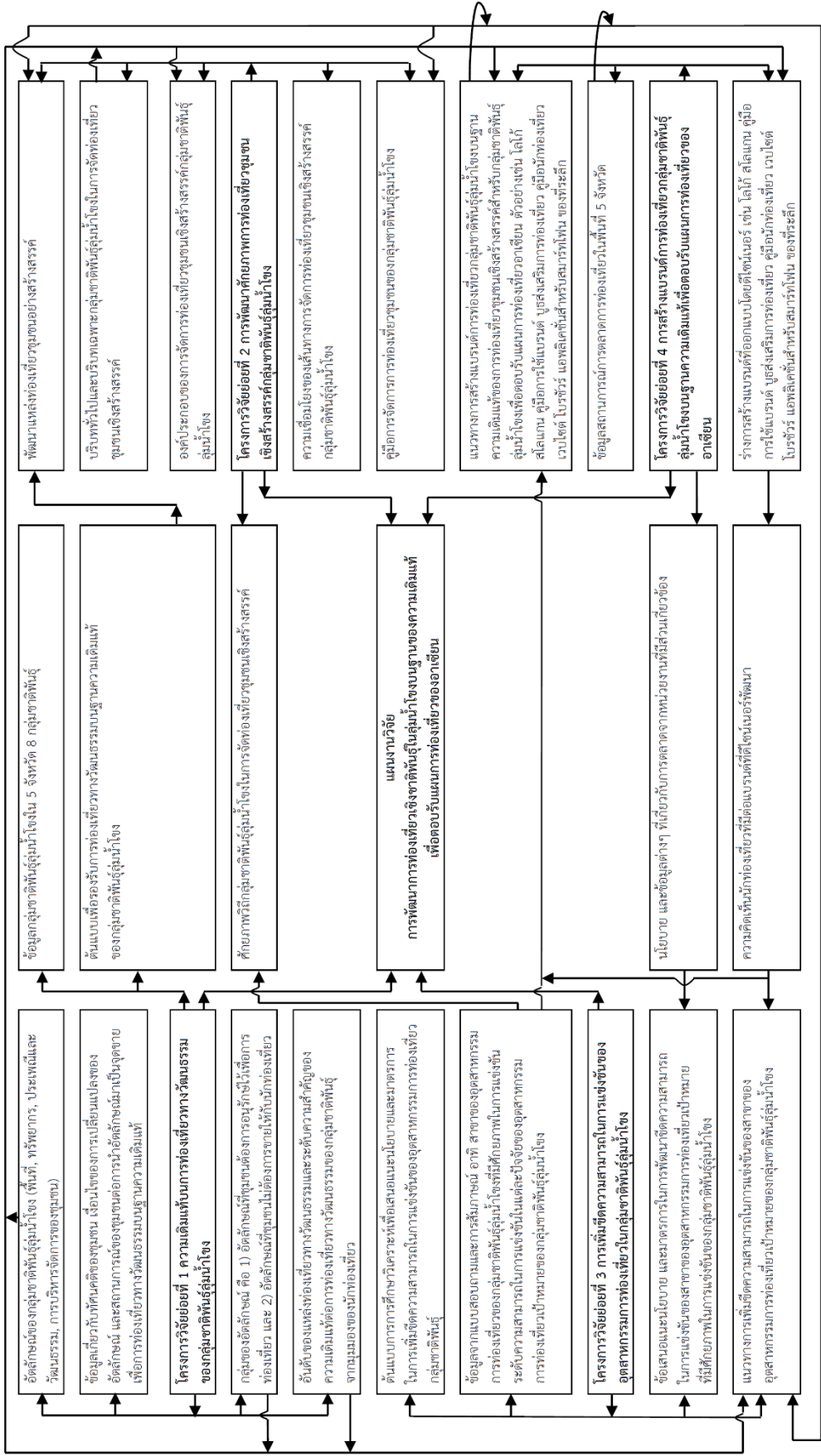
2) แบรินด์ที่นำเสนอสินค้าและการบริการสู่นักท่องเที่ยว (Service Brands) 3) แบรินด์ที่นำเสนอสถานที่สู่นักท่องเที่ยว (Place Brands) 4) แบรินด์ที่นำเสนอใจความสำคัญของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว (Thematic Brands) และ 5) แบรินด์ที่นำเสนอการจัดอีเวนต์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับแบรินด์ (Events: Reinforcing the Brand) ทั้งนี้ เมื่อศึกษากระบวนการสร้างแบรินด์ของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีกระบวนการระบุกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบแบรินด์ การสร้างเอกลักษณ์ของแบรินด์ และการปฏิบัติการสร้างแบรินด์ แต่กระบวนการยกระดับแบรินด์ และการบริหารคุณค่าของแบรินด์ ยังไม่พบหลักฐานที่ชัดเจน

2.4.3 แนวทางการสร้างแบรินด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การกำหนดรูปแบบแบรินด์ที่ใช้เป็นสื่อในการนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยออกแบบโลโก้ให้มีรูปแบบคล้ายทรงใจดำย เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีศิลปะและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทอผ้าที่คล้ายกัน ซึ่งทรงใจดำย คือ ม้วนด้ายที่ขดพันกันมีลักษณะคล้ายหมายเลข 8 ดังแสดงในภาพที่ 3 อันสื่อถึงชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่าวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน โดยสีทั้ง 8 มีสื่อถึงเครื่องแต่งกายของชนเผ่า ซึ่ง เครื่องแต่งกายสามารถทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนได้ อีกทั้ง สามารถนำแบรินด์นี้ไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเพื่อการจัดความยากจน อีกทั้งยังส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

**2.5 การสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรินด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน**

การสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรินด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ดำเนินการโดยกำหนดต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากข้อมูลอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรินด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยกำหนดต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังภาพที่ 2





ภาพที่ 2 ต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ (พื้นที่ 4)

จากภาพที่ 2 พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจขอนำแบรนด์ที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ โดยการนำคู่มือการใช้แบรนด์ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แบรนด์ มีรายละเอียด เช่น การใช้โลโก้ ความหมายและคำอธิบายรูปแบบและสีของโลโก้ ขนาดของโลโก้ รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง การใช้สี การใช้วัสดุลายในการประดับและตกแต่ง ตัวอย่างคาร์แคเตอร์ดีไซน์ 8 ชาติพันธุ์ที่นำมาออกแบบตกแต่ง และรูปแบบตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และจากการสังเคราะห์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว สามารถสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยการนำเสนอคู่มือการใช้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 3 ถึง 14

### 3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ผลสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ การนำอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ อัตลักษณ์ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาจากการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ คือ พิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร อัตลักษณ์ด้านประเพณีและวัฒนธรรม คือ พิจารณาจากลักษณะบ้านเรือน ภาษา ความเชื่อ การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อ พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม ตลอดจนแนวปฏิบัติของสังคมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและอัตลักษณ์ด้านการบริหารจัดการของชุมชน คือ พิจารณาจากการนับถือผู้อาวุโสและบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ จากนั้น ดำเนินการสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ดำเนินการโดยกำหนดต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากข้อมูลอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบวิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับ

กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ ได้รูปแบบแบรนด์ที่มีรูปแบบคล้ายทรงใจดำย เนื่องจาก กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีศิลปะและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทอผ้าที่คล้ายกัน ซึ่งทรงใจดำย คือ ม้วนด้ายที่ขดพันกันมีลักษณะคล้ายหมายเลข 8 ดังแสดงในภาพที่ 3 อันสื่อถึงชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่า วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน โดยสีทั้ง 8 มีสื่อถึงเครื่องแต่งกายของชนเผ่าซึ่ง เครื่องแต่งกายสามารถทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนได้ ดังนี้

- (1) สีคราม - สีเครื่องแต่งกายของชนเผ่าภูไท
  - (2) สีดำ - เสื้อชนเผ่าไทดำ, สีผ้านุ่มชนเผ่าต่างๆ
  - (3) สีเทา (สีเงิน) - เครื่องประดับ เครื่องเงินของชนเผ่าต่างๆ
  - (4) สีขาว - สีของผ้าย, สไบชนเผ่าภูไท
  - (5) สีแดงสด - แถบผ้าคาดชนเผ่าภูไท และสไบชนเผ่าแสก
  - (6) สีแดงหมาก - สีและลวดลายบนตีนผ้า่มของชนเผ่า
  - (7) สีเหลือง - สีและลวดลายบนตีนผ้า่มของชนเผ่า
  - (8) สีเม็ดมะขาม - สีและลวดลายบนตีนผ้า่มของชนเผ่า
- ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 3 รูปแบบทรงใจดำย



**MEKONG ETHNIC  
TOURISM**

ภาพที่ 4 โลโก้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์  
ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

ความคุ้มค่าของการวิจัย คือ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจขอนำแบรนด์ที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ โดยการนำคู่มือการใช้แบรนด์ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แบรนด์ มีรายละเอียด เช่น การใช้โลโก้ ความหมายและคำอธิบายรูปแบบและสีโลโก้ ขนาดของโลโก้ รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง การใช้สี การใช้

ลวดลายในการประดับและตกแต่ง ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8ชาติพันธุ์ที่นำมาออกแบบตกแต่ง และรูปแบบตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 5 ถึง 14



ภาพที่ 5 คู่มือการใช้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์



ภาพที่ 6 รูปแบบธุรกิจคมนาคมขนส่ง



ภาพที่ 7 รูปแบบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์



ภาพที่ 8 รูปแบบธุรกิจที่พักแรม



ภาพที่ 9 รูปแบบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 10 รูปแบบธุรกิจประชุม สัมมนา นิทรรศการ



ภาพที่ 11 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเคสโทรศัพท์มือถือ



ภาพที่ 12 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเครื่องเขียน/สิ่งพิมพ์



ภาพที่ 13 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึกประเภทกระเป๋าถือ



ภาพที่ 14 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

#### 4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

##### 4.1 ประโยชน์ที่เกิดต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

- 1) ชุมชนมีแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวบนฐานความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ได้ด้วยตนเอง
- 2) ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนอื่นที่มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์
- 3) การพัฒนากระบวนการสร้างแบรนด์ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์บนฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- 4) ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำแบรนด์ไปใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชาติพันธุ์
- 5) ชุมชนมีภูมิคุ้มกันในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องทิศทาง
- 6) เกิดความรู้ความเข้าใจในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว
- 7) มีแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มแม่น้ำโขง
- 8) สามารถนำแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเป้าหมาย พื้นที่ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้
- 9) เกิดการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนโดยยึดหลักแนวคิดการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย
- 10) สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และแก้ไขปัญหาความยากจน ในประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาการสร้างแบรนด์สู่การรองรับ AEC
- 11) แก้ไขปัญหาและพัฒนาที่เกิดจากรากหญ้าอย่างแท้จริง โดยศึกษาถึงฐานทรัพยากรและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

##### 4.2 ประโยชน์ทางวิชาการ

- 1) เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านฐานข้อมูลการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวในลักษณะของการบูรณาการวิชาการหลากหลายสาขาวิชา
- 2) เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาต่อยอดในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเพื่อการเชื่อมโยงการพัฒนาพื้นที่ในแถบอาเซียน และเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่ที่มีลักษณะใกล้เคียง

3) บริการวิชาการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีใหม่เกิดขึ้นได้เป็นฐานข้อมูล วิชาการ

4) การพัฒนากระบวนการสร้างแบรนด์ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละ กลุ่มชาติพันธุ์บนฐานความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

#### 4.3 หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด/เทศบาลตำบล/องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พัก แรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ สามารถ นำแบรนด์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงการตลาดการท่องเที่ยวทางพาณิชย์ได้ ภายใต้แบรนด์การท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว หรือกระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ฯลฯ สามารถนำอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่กลั่นกรองมาจากความเต็มใจของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐาน ความเข้มแข็ง

3) หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ได้ข้อมูลจากมุมมอง ของนักท่องเที่ยวต่อระดับความเข้มแข็งของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวต่อไป

4) หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่และชุมชนอื่น

5) หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องสามารถทราบถึงลักษณะของ การแข่งขันและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงและทราบถึง สาขาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีความสามารถและศักยภาพในการ แข่งขันเพื่อกำหนดสาขาเป้าหมายของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการแข่งขัน

6) หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องสามารถใช้ทรัพยากรได้ อย่างมีประสิทธิภาพในการมุ่งเน้นการพัฒนาไปยังสาขาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในแต่ละพื้นที่

7) หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องสามารถนำต้นแบบจากการศึกษา เพื่อกำหนดสาขาเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาในภูมิภาค อื่นหรือกลุ่มกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ

8) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาประจำ จังหวัดที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาคเอกชนที่ดำเนินการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องทางตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถนำแบรนด์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงการตลาด การท่องเที่ยวทางพาณิชย์ได้

9) ด้านการวางแผนการลงทุน เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank) คณะทำงานการลงทุนด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Tourism Investment) โครงการเชื่อมโยงในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) โครงการยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) รวมถึงธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ

10) ด้านการศึกษา และการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น สถาบันการศึกษา ภาครัฐและเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว องค์กรปกครองท้องถิ่น ประชาชน และชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว



## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ	: RDG5750043
ชื่อแผนงานวิจัย	: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน
ชื่อนักวิจัย	: ดร.ตฤทัย โกวรรณะกุล
หน่วยงาน	: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ระยะเวลาโครงการ	: 1 สิงหาคม 2557 – 30 กันยายน 2558

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ 2) พัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 3) ศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว 4) ศึกษาแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว และ 5) สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน โดยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ความเดิมแท้ และชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง ดำเนินการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้น ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า 1) อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ อัตลักษณ์ด้านพื้นที่ ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ด้านการบริหารจัดการของชุมชน ทั้งนี้ การสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ 2) การพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า มี 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และด้านการตลาด โปรแกรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชาติพันธุ์ต่างๆ 3) การพัฒนาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยการพัฒนาคลัสเตอร์การท่องเที่ยว 3 กลุ่มคือ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการกำหนดรูปแบบแบรนด์ โดยอาศัยศิลปะและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทอผ้าที่คล้ายกันของ 8 ชนเผ่า นั่นคือ ทรงใจดายจะมีลักษณะคล้ายหมายเลข 8 อันสื่อถึงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน 5) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ การนำอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มาดำเนินการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผ่านการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง ความเดิมแท้ แผนการท่องเที่ยวอาเซียน

## Abstract

**Project code** : RDG5750043  
**Project title** : The Mekong Ethnic Groups Tourism Development,  
Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan  
**Researcher** : Dr.Donruetai Kovathanakul  
**Department** : Faculty of Management Science, Khon Kaen University  
**Project period** : 1<sup>st</sup> August 2014 – 30<sup>th</sup> September 2015

This research aims to 1) study the identities and building the model to support The Mekong Ethnic Groups tourism based on the authenticity, 2) study the capacity and develop the ability of the Mekong Ethnic Group creative community tourism management, 3) study tourism industry competitiveness enhancement of the Mekong Ethnic Groups, 4) propose guideline of branding tourism, 5) making guideline of the Mekong Ethnic Groups tourism development, based on the authenticity, to support ASEAN tourism plan. The literature involving authenticity, ethnic tourism development and the Mekong Ethnic Groups. Research methodology was gathered from secondary data and content analysis was applied in data analysis. The results of 1) identities of the Mekong Ethnic Groups include identities of area, ethnic resource, tradition and culture management model to support the Mekong Ethnic Groups tourism based on the authenticity was promote the identity of a landscape that reflects the historical past with the river as a border, promote the story of life with a dress that reflects the vernacular, cultural performances of ethnic links with the essence of ethnic identity, 2) study the capacity and develop the ability of the Mekong Ethnic Group creative community tourism management have 8 components include accommodation, transportation, attractions, activities, facilities, security, health and marketing which tourism programs that enhance the creative activity, 3) study tourism industry competitiveness enhancement of the Mekong Ethnic Groups from three group of business tourism cluster development include accommodation , souvenir, food & beverage, 4) guideline of branding tourism from configuration of the brand through art and culture on the weaving of a similar eight ethnics was the thread that would resemble the number 8 culture of Mekong eight ethnics group together, 5) the Mekong Ethnic Groups tourism development, based on the authenticity, to support ASEAN tourism plan was using identities of the Mekong Ethnic Groups to action the Mekong Ethnic Groups creative community based tourism capacity development by setting tourism activities for tourism industry competitiveness enhancement of the Mekong Ethnic Groups by the Mekong Ethnic Groups tourism branding.

**Keywords:** Ethnic Group Tourism, Mekong, Authenticity, ASEAN Tourism Plan

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อ	ธ
Abstract	บ
สารบัญ	ผ
สารบัญตาราง	พ
สารบัญภาพ	ฟ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน	4
1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	5
1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 พื้นที่วิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.8 นิยามศัพท์	8
1.9 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
<b>บทที่ 2 ข้อค้นพบของการวิจัย</b>	<b>11</b>
2.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	11
2.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพ ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	23
2.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยว ของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว	55
2.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์ การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.5 สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน	61
<b>บทที่ 3</b> <b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	<b>89</b>
3.1    สรุปภาพรวมการวิจัย	89
3.2    ข้อเสนอแนะ	95
3.3    การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	103
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>105</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>107</b>
ภาคผนวก ก    บทความสำหรับเผยแพร่	109
ภาคผนวก ข    กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	113
ภาคผนวก ค    ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรม	139

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	4
ตารางที่ 2.1	15
ตารางที่ 2.2	20
ตารางที่ 2.3	21
ตารางที่ 2.4	22
ตารางที่ 2.5	56
ตารางที่ 3.1	92

## สารบัญญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	Regional Vision and Strategic Directions in ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 – 2015	2
ภาพที่ 1.2	กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	5
ภาพที่ 1.3	แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ภาพที่ 2.1	ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	18
ภาพที่ 2.2	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ	30
ภาพที่ 2.3	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท	32
ภาพที่ 2.4	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน	35
ภาพที่ 2.5	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทส่วย	38
ภาพที่ 2.6	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก	41
ภาพที่ 2.7	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า	43
ภาพที่ 2.8	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง	46
ภาพที่ 2.9	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย	49
ภาพที่ 2.10	รูปแบบทรงใจด้าย	61
ภาพที่ 2.11	โลโก้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน	61
ภาพที่ 2.12	ต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง กับโครงการย่อยทั้ง 4	62
ภาพที่ 2.13	แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 1 คำอธิบาย: หน้าปกคู่มือการใช้แบรนด์	64
ภาพที่ 2.14	แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 2 คำอธิบาย: ใ้ปะหน้าคู่มือการใช้แบรนด์ เกี่ยวกับการใช้โลโก้	65
ภาพที่ 2.15	แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 3 คำอธิบาย: ความหมายและคำอธิบายรูปแบบ และสีของโลโก้	66
ภาพที่ 2.16	แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 4 คำอธิบาย: ขนาดของโลโก้	67

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.17 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 5 คำอธิบาย: รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน เช่น โลโก้การพิมพ์สี่สี และโลโก้ทำแบบตราปั้ม	68
ภาพที่ 2.18 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 6 คำอธิบาย: ลักษณะของการวางโลโก้ไว้บนพื้นสีอ่อนจะทำให้โลโก้ มีความเด่นชัดได้ดีที่สุด	69
ภาพที่ 2.19 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 7 คำอธิบาย: การวางโลโก้ไว้บนพื้นหลังเข้ม ให้เปลี่ยนสีตัวอักษร เป็นสีขาว เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนและหากวางโลโก้ไว้บนพื้นที่มีลวดลาย อัตลักษณ์ควรวางบนพื้นขาว	70
ภาพที่ 2.20 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 8 คำอธิบาย: ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง	71
ภาพที่ 2.21 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 9 คำอธิบาย: ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง	72
ภาพที่ 2.22 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 10 คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบนด์ เกี่ยวกับการใช้สี	73
ภาพที่ 2.23 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 11 คำอธิบาย: การตั้งค่าสีที่จะนำมาใช้ ซึ่งระบบสี CMYK เป็นระบบสี ที่ใช้กับเครื่องพิมพ์ CMYK โดยที่อักษรย่อสามารถอธิบายได้ดังนี้ Cyan (ฟ้าอมเขียว) Magenta (แดงอมม่วง) Yellow (เหลือง) และ Key (สีดำ)	74
ภาพที่ 2.24 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 12 คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบนด์ เกี่ยวกับการใช้ลวดลายในการประดับ และตกแต่ง	75

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.25 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 13 คำอธิบาย: ตัวอย่างการ Crop Pattern จากลวดลายโลโก้ ที่นำมาตกแต่งเป็นพื้นหลัง	76
ภาพที่ 2.26 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 14 คำอธิบาย: ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 ขนเฝ้า ที่นำมาออกแบบตกแต่ง	77
ภาพที่ 2.27 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 15 คำอธิบาย: ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 ขนเฝ้า ที่นำมาออกแบบตกแต่ง	78
ภาพที่ 2.28 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 16 คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบรินด์ เกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษร	79
ภาพที่ 2.29 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 17 คำอธิบาย: รูปแบบตัวอักษร	80
ภาพที่ 2.30 แบรินด์การท่องเทียวกุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเทียวกของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 18 คำอธิบาย: ปกหลังคู่มือการใช้แบรินด์	81
ภาพที่ 2.31 รูปแบบธุรกิจคมนาคมขนส่ง	82
ภาพที่ 3.32 รูปแบบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	83
ภาพที่ 3.33 รูปแบบธุรกิจที่พักแรม	84
ภาพที่ 3.34 รูปแบบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	85
ภาพที่ 3.35 รูปแบบธุรกิจประชุม สัมมนา นิทรรศการ	86
ภาพที่ 3.36 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเคสโทรศัพท์มือถือ	86
ภาพที่ 3.37 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเครื่องเขียน/สื่อสิ่งพิมพ์	87
ภาพที่ 3.38 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทกระเป๋าถือ	87
ภาพที่ 3.39 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเสื้อผ้า	88



# บทที่ 1

## บทนำ

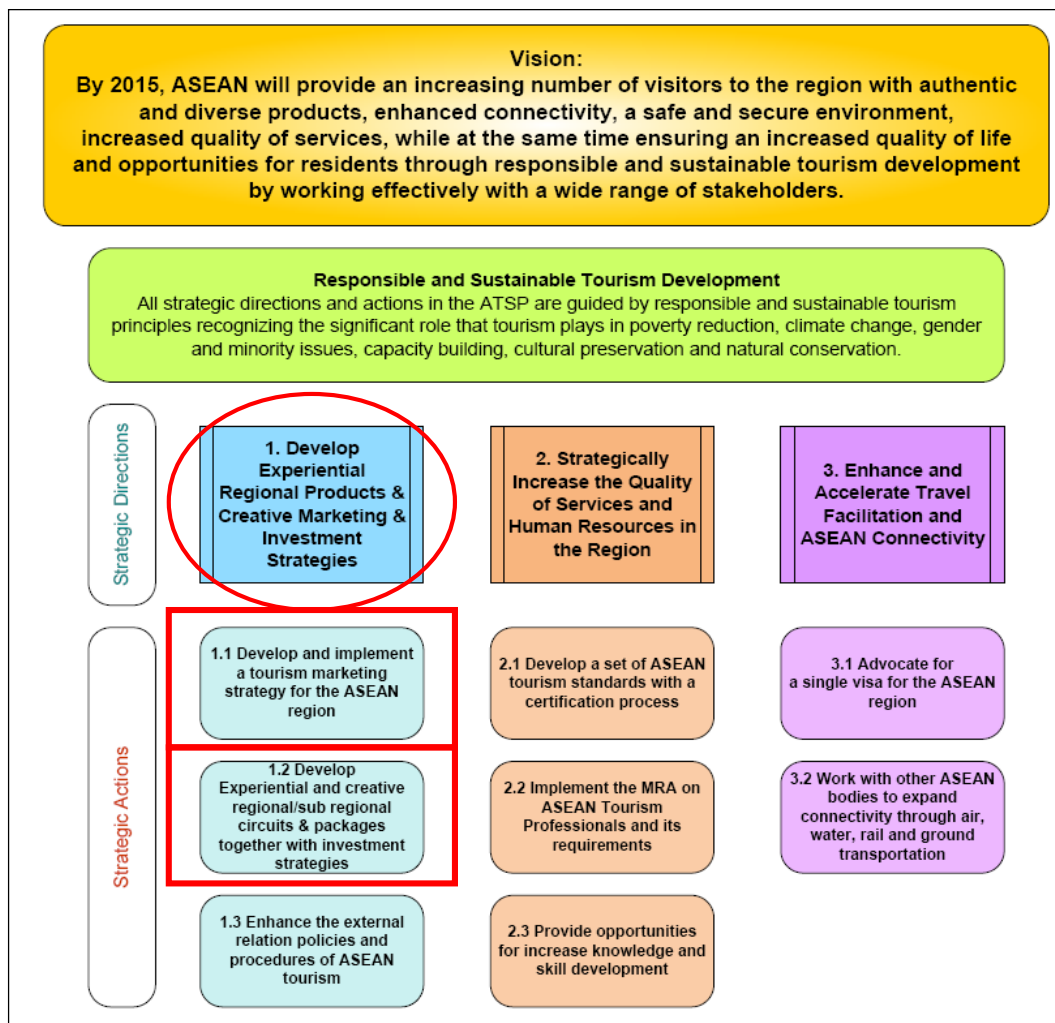
### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียนสำหรับปี 2554 – 2558 นี้ เกิดขึ้นจากความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน กับโครงการ ASEAN Competitiveness Enhancement หรือ โครงการ ACE ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID) และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ “แผนยุทธศาสตร์นี้จะร่างขึ้นจากทัศนวิสัยในมุมมองกว้าง และจะนำเสนอข้อเสนอแนะใหม่ ๆ สำหรับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่เป็นเชิงยุทธศาสตร์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้” ศาสตราจารย์ วอลเตอร์ เจมีสัน จากวิทยาลัยนวัตกรรมแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศุลกากร และการตรวจคนเข้าเมือง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในปี ค.ศ. 2009 ที่เข้ามาท่องเที่ยวอาเซียนมีถึง 65 ล้านคน มาเลเซียครองอันดับหนึ่ง ไทย อันดับสอง ตามมาด้วย สิงคโปร์ และต่อไปจะสามารถเข้ามาท่องเที่ยวอาเซียนด้วยวีซ่าใบเดียว เช่นเดียวกับสหภาพยุโรป (Indochina Studies Center, 2011) ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 – 2015 Promoting ASEAN Tourism Heritage Sites การท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมถือเป็นสาขาหนึ่งใน Roadmap 19 มาตรการ ที่อาเซียนให้ความสำคัญ (ASEAN, 2011) ดังภาพที่ 1.1

จากภาพที่ 1.1 สืบเนื่องจากการให้ความสำคัญดังกล่าวพบว่าในส่วนของวิสัยทัศน์นั้น หัวข้อ 1 ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว (product) ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการทำการตลาด Department of Tourism ของประเทศฟิลิปปินส์ กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยว 6 ด้านสำหรับการจัดทำกรอบของ ASEAN คือ 1. Green Hotel / 2. Food & Beverage Services / 3. Publics Restroom / 4. Home Stay / 5. Ecotourism / 6. Tourism Heritage (ASEAN, 2011)

กลุ่มประเทศสมาชิก GMS (Greater Mekong Sub-region) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิประเทศ ความมีมิตรไมตรี และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกหลายแห่งในภูมิภาค GMS ทำให้การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค GMS ได้รับความสนใจและมีศักยภาพในการดึงดูดจากเอเชีย ยุโรป และอเมริกา เป็นอย่างมากในปัจจุบัน (ASEAN, 2011)

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งยังให้ความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติ ด้านการท่องเที่ยว เช่น ความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต ระหว่างประเทศไทย ลาว และกัมพูชา ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง หรือ GMS ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบ APEC และ ACD เป็นต้น ทั้งนี้ก็ด้วยพิจารณาเห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้แก่ประชาชน และเป็นที่มาของเงินตราเข้าประเทศ รัฐบาลไทยจัดทำแผนการจัดระบบเศรษฐกิจตามแนวชายแดน (Economic Cooperation Strategy: ECS) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของพื้นที่ชายแดนของไทยและเพื่อนบ้านให้มีความสามารถรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ (ACMECS, 2011)



ภาพที่ 1.1 Regional Vision and Strategic Directions in  
ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 – 2015  
ที่มา: ASEAN (2011)

ความเดิมแท้ (authenticity) ได้กลายมาเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความดั้งเดิมของวัฒนธรรมหรือคุณค่าที่จริงแท้ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่ (post modern) (Kolar & Zabkar, 2010) เนื่องจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ถูกดัดแปลงเพื่อผลประโยชน์ทางการค้ามากขึ้น สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวถูกลดคุณค่าและความหมายลง ขาดความเป็นเอกลักษณ์ และสูญเสียความจริงแท้ นักท่องเที่ยวจึงได้สัมผัสกับประสบการณ์ท่องเที่ยวบนความเดิมแท้แบบจัดฉาก (staged authenticity) เพราะการท่องเที่ยวแบบจัดฉากเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความไม่จริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการนำวัฒนธรรมมาดัดแปลงสร้างเป็นสินค้าใหม่ (Crick, 1989) เป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบฉาบฉวยซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่จริงแท้ซึ่งยังคงความดั้งเดิมเก่าแก่เหล่านั้น ในขณะที่ผู้ชมชนต่างมุ่งหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหนทางไปสู่ความทันสมัย ส่วนคนกลางมุ่งหวังผลทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว จึงเกิดเป็นช่องว่างของการจัดการ

การท่องเที่ยว ผลเสียตกอยู่กับความสูญเสียอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบฉาบฉวยระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนเป็นไปอย่างไม่ยั่งยืน และได้กลายเป็นประเด็นที่สำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความจริงแท้ในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Fischer, 1999)

วิถีชีวิตชุมชนลุ่มน้ำโขงเหล่านี้มีความน่าสนใจและควรค่าแก่การอนุรักษ์ ซึ่งวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เหล่านี้ มี ทรัพยากรวัฒนธรรม ในการประกอบอาชีพตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้กำลังเลือนหายไปพร้อมกับระบบทุนนิยมที่กำลังสั่งสมเป็นกระแสที่กำลังหยั่งรากฝังลึกลงไปทั่วทุกแห่งหน เกาะกินวัฒนธรรม และประเพณีดั้งเดิมจนหมดสิ้น อย่างไรก็ตามเมื่อทรัพยากรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตดังกล่าวเริ่มมีปริมาณจำกัดในขณะที่การแข่งขันทางธุรกิจและความต้องการของตลาดยังมีอย่างต่อเนื่องประกอบกับเกิดกระแส green world ขึ้นทั่วโลกจึงทำให้โลกธุรกิจเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการแข่งขันการใช้ ความคิดสร้างสรรค์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมากขึ้น เพื่อสร้างทางเลือกเพิ่มให้แก่ตลาดคนรุ่นใหม่ที่มีภาพลักษณ์อนุรักษ์วัฒนธรรม และ รักรักษ์สิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันภาพลักษณ์ของ ความทันสมัย และความเป็นผู้มีรสนิยม ก็ยังคงดำรงอยู่พร้อมๆกันไปด้วย สิ่งนี้เองที่กลายเป็นสาเหตุให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามการแข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์ในโลกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากนั่นคือ ทุนทางวัฒนธรรม ด้วยเพราะการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในโลกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มิได้บริโภคเพียงประโยชน์ใช้สอยทั่วไปเท่านั้น หากแต่ยังบริโภคประวัติความเป็นมาและความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นผ่านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าวด้วยผนวกกับภาครัฐต้องการมุ่งไปที่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 6 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเพื่อการแก้ปัญหาความยากจนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อเตรียมพร้อมต่อการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 ทีมวิจัยจึงมีความสนใจในการนำเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นำมาประยุกต์ร่วมกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรวัฒนธรรม และส่งเสริมการอนุรักษ์ในรูปแบบอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เป็นการอนุรักษ์โดยคำนึงถึง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี นำมาผสมผสานผ่านโครงการวิจัยย่อย (อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล, 2554)

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีจำนวนจำกัดและพัฒนาศักยภาพของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้มีความยั่งยืนเพื่อเชื่อมโยงกับส่วนของการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยว ในอดีตแต่ละจังหวัดจะแยกประชาสัมพันธ์ของตัวเอง ซึ่งมีหลายจังหวัดที่มียุทธศาสตร์คล้ายกัน จึงทำให้ไม่มีจุดเด่นในการขาย ทั้งที่พฤติกรรมทางเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวจะมองหาจุดเด่น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยแนะนำแผนงานการสร้างแบรนด์ ให้แต่ละจังหวัดไปแล้ว แต่หลายแห่งยังไม่สามารถดำเนินการได้ที่ผ่านมา การสร้างแบรนด์เพื่อการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ยังหลงทาง ในหลายเรื่อง ทำให้สินค้าทางการท่องเที่ยวไม่มีความโดดเด่นพอจะให้ลูกค้าเกิดการจดจำได้ นอกจากนั้นการตั้งสโลแกนหรือคำขวัญ ด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัด ควรเลือกที่เป็นจุดเด่น และมีศักยภาพที่จะเป็นจุดขาย

ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความจริงแท้ (Authenticity) ควรถูกนำมาเป็นประเด็นสำคัญ ในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว โดยมีพื้นที่ศึกษาดังตารางที่ 1.1

**ตารางที่ 1.1** ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ชาติพันธุ์	จังหวัด	อำเภอ	ตำบล/ หมู่บ้าน
ไทดำ	เลย	เชียงคาน	หมู่ 4 และหมู่ 12 ต.เขาแก้ว
ไทพวน	หนองคาย	ศรีเชียงใหม่	หมู่ 1 หมู่ 2 หมู่ 7 และหมู่ 8 ต.บ้านหม้อ
ไทญ้อ	นครพนม	ท่าอุเทน	หมู่ 1-9 หมู่ 11-14 ต.โนนตาล
ภูไท	มุกดาหาร	หนองสูง	หมู่ 2 บ้านภู ต.บ้านเป่า
ไทแสก	นครพนม	เมือง	หมู่ 5 และหมู่ 6 ต.อาจสามารถ
ไทข่า	นครพนม	ธาตุพนม	หมู่ 2 ต.อุ่มเหมา
ไทส่วย	นครพนม	โพนสวรรค์	หมู่ 2 หมู่ 3 หมู่ 10 และหมู่ 11 ต.โพนจาน
ไทกะเลิง	นครพนม	นาแก	หมู่ 1 หมู่ 2 หมู่ 7 หมู่ 8 หมู่ 10 และ 11 ต.หนองสังข์

## 1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์ มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของ ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

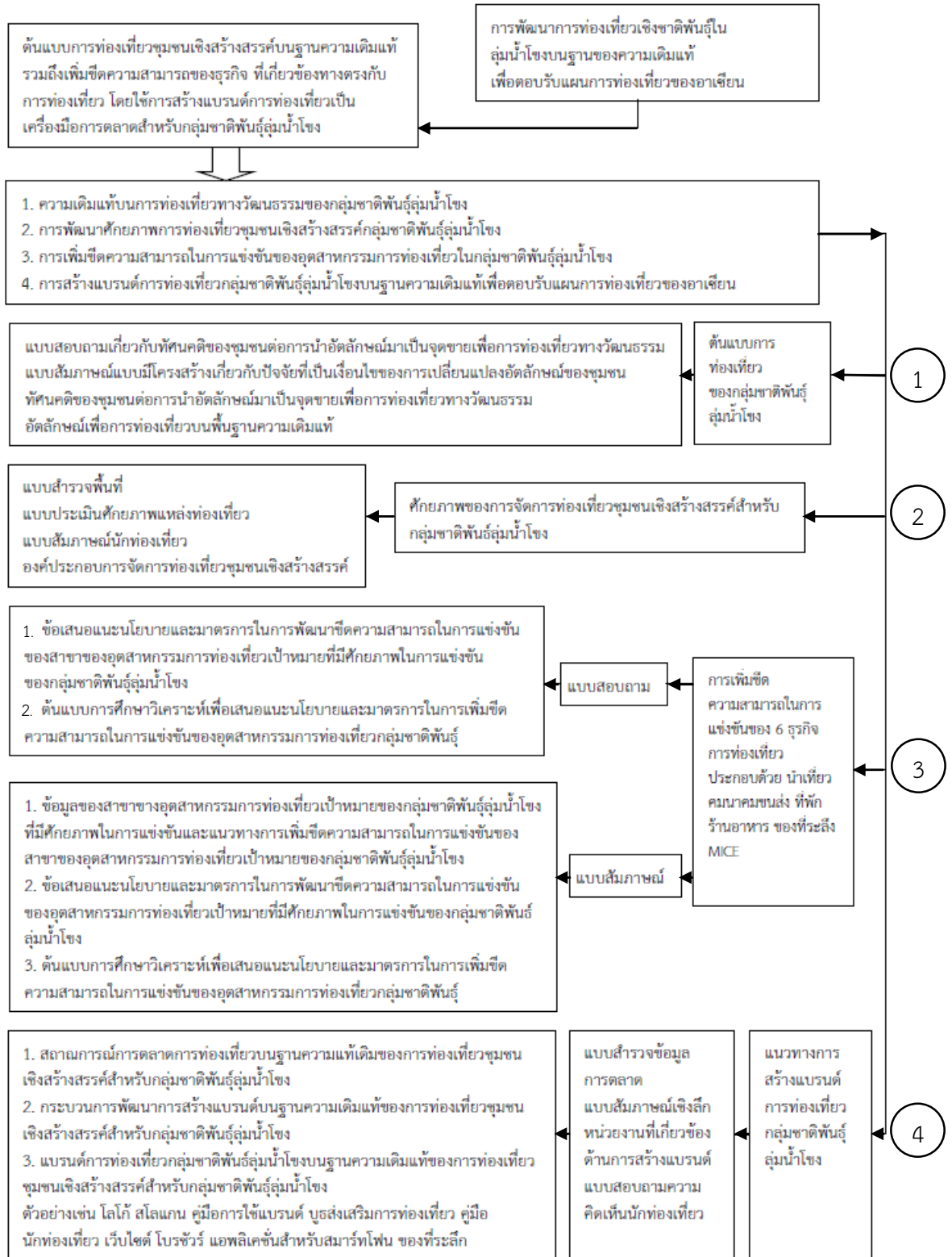
1.2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพ ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.2.3 เพื่อศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการ ของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

1.2.4 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้าง แบนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.2.5 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรง กับ การท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำ โขงเพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

### 1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

## 1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการย่อยทั้ง 4 ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยที่ 1: ความเต็มแท้บนการท่องเที่ยวยาวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โครงการวิจัยย่อยที่ 2: การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โครงการวิจัยย่อยที่ 3: การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โครงการวิจัยย่อยที่ 4: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง บนฐานความเต็มแท้เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน จากนั้น ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ให้เกิดองค์ความรู้ เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเต็มแท้ เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ซึ่งมีองค์ประกอบของข้อมูลดังนี้

1.4.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเต็มแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

1.4.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.4.5 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเต็มแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

### 1.5.1 ด้านเนื้อหา

1) อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเต็มแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

2) ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

3) สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

4) สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวและเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

5) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

### 1.5.2 ด้านเวลา

1 สิงหาคม 2558 – 30 กันยายน 2558

### 1.5.3 ด้านประชากร

รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการย่อยทั้ง 4 ประกอบด้วย

1) ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
2) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
โครงการวิจัยย่อยที่

3) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

4) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

จากนั้น ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

## 1.6 พื้นที่วิจัย

ดำเนินการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดหนองคาย และจังหวัดเลย โดยมีรายละเอียดพื้นที่วิจัยดังแสดงในตารางที่ 1.1

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 แนวทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.7.2 อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว และต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

1.7.3 ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์

1.7.4 ข้อเสนอแนะนโยบาย และมาตรการในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

และต้นแบบการการศึกษาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์

1.7.5 แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ตัวอย่างเช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริมการท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟน ของที่ระลึก

## 1.8 นิยามศัพท์

1.8.1 กลุ่มชาติพันธุ์ (ethnic) หมายถึง การมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่า สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง จีนลาว เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมมีลักษณะเด่นคือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน บรรพบุรุษในที่นี้หมายถึงบรรพบุรุษทางสายเลือด ซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปร่าง (เชื้อชาติ) เหมือนกัน รวมทั้งบรรพบุรุษทางวัฒนธรรมด้วย ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือด และทางวัฒนธรรมพร้อมๆ กันไปเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของ ชาติพันธุ์ และในขณะที่เดียวกันก็สามารถเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยเฉพาอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์นับถือศาสนาเดียวกันความรู้สึกผูกพันนี้อาจ เรียกว่า "สำนึก" ทางชาติพันธุ์ หรือชาติลักษณะ (ethnic identity) (สารานุกรมไทย, เล่มที่ 23)

1.8.2 การท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism) หมายถึง คือการจัดการความรู้โดยอาศัยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นคนกำหนดทิศทาง การท่องเที่ยว จัดการโดยชุมชนตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ไม่ใช่เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งความแตกต่างที่ชัดเจนก็คือ ชุมชนอยู่ในบทบาทของเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นเพียงผู้ให้ความร่วมมือ (สินธุ์ สโรบล และคณะ , 2546)

1.8.3 การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม จากการเน้นที่มรดกที่จับต้องไม่ได้เปลี่ยนไปเน้นที่มรดกที่จับต้องได้ หรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้ โดยการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะต้องมีชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชนและรักษาสมดุลในด้านการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยว โดยมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน เช่น การละเล่นพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ การประกอบอาหารที่เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ โดยเน้นให้ชุมชนได้เข้าไปมีส่วนร่วม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ได้มากที่สุด (ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555)



1.8.4 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว (Tourism Capacity) หมายถึงขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ของชุมชนซึ่งมีวัฒนธรรมหรือลักษณะต่างๆของระบบวัฒนธรรม (ทั้งในอดีตหรือปัจจุบัน) ที่มีค่าหรือเป็นตัวแทนหรือสามารถสื่อถึงวัฒนธรรมต่างได้ตั้งนั้นทรัพยากรวัฒนธรรมจึงรวมถึงซากสิ่งของที่มนุษย์ทำขึ้น เช่น ซากเรือจม ซากเตาเผา ขวานหิน เครื่องปั้นดินเผา เครื่องมือเครื่องใช้ ลูกปัด ฯลฯ แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน ศาสนสถาน เสื้อผ้าอาหารณ์ เอกสารทางประวัติศาสตร์ จารึก ภาษา ศาสนา ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาพื้นบ้านต่างๆ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ธนิกุลเลิศชาญฤทธิ์, 2554) รวมไปถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกและปลอดภัย ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว (เช่น ห้องสุขาที่สะอาด ปิมน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ ถนน ที่จอดรถ ร้านค้าชุมชน รถโดยสารสาธารณะ ป้ายหรือเอกสารชี้แจงเส้นทางและจุดสำคัญ) ด้านบริการท่องเที่ยว (เช่น การให้บริการขนส่ง ที่พัก อาหารและบันเทิง การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก) ด้านการตลาดท่องเที่ยว และด้านความพร้อมของชุมชนในการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

## 1.9 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ การบูรณาการความรู้ที่ได้จาก โครงการวิจัยย่อยที่ 1 เรื่อง ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ประกอบด้วย 1) ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว 2) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3) อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ 4) การรื้อฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประเพณีประติษฐในบริบทการท่องเที่ยว และ 5) ภูมิสังคม ผนวกกับองค์ความรู้ที่ได้จากโครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยว 3) ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชน 4) การท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) การพัฒนาชุมชน อีกทั้ง เป็นการบูรณาการร่วมกับโครงการวิจัยย่อยที่ 3 เรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ 3) กลุ่มชาติพันธุ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) การท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นฐาน 5) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน 6) ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยว 7) การพัฒนาเพื่อความสำเร็จของชุมชน 8) สถานการณ์ท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว และ 9) พื้นที่ศึกษา รวมถึงบูรณาการองค์ความรู้กับโครงการวิจัยย่อยที่ 4 เรื่อง การศึกษาการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ประกอบด้วย 1) ความเดิมแท้ 2) การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 3) การตลาดการท่องเที่ยว และ 4) กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 2

### ข้อค้นพบของการวิจัย

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีข้อค้นพบของการวิจัยดังนี้

2.1 **อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

#### 2.1.1 **อัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

อัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและเป็นสิ่งบ่งบอกถึงความแตกต่างของกลุ่มคนที่ได้จากการติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กัน อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์สามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาจากการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์ 2) ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ พิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร 3) ด้านประเพณีและวัฒนธรรม พิจารณาจากลักษณะบ้านเรือน ภาษา ความเชื่อ การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อ พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม ตลอดจนขนบปฏิบัติของสังคมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ และ 4) ด้านการบริหารจัดการของชุมชน พิจารณาจากการนับถือผู้อาวุโสและบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ ทั้งนี้ อัตลักษณ์ในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของชาติพันธุ์ในภูมิสังคมที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของการท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เปรียบเหมือนดาบสองคมที่ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนไปบ้าง แต่ในขณะเดียวกัน กระแสของการท่องเที่ยวได้ปลูกให้ชาติพันธุ์บางกลุ่มลุกขึ้นมาอนุรักษ์อัตลักษณ์ของตนเองเพื่อสร้างสำนึกทางชาติพันธุ์ไว้อย่างเหนียวแน่นเพื่อเป็นสิ่งที่ย้ำเตือนให้บุคคลภายนอกรับรู้ว่าคุณสมบัติเป็นใคร ซึ่งนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### (1) **อัตลักษณ์ไทดำ**

ตั้งแต่อดีตไทดำยังคงมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ยังคงทำไร่ ทำนาเรื่อยมา ต่อมาได้ทำไร่ ข้าวโพดและถั่วเหลืองเพิ่มขึ้น บ้านเรือนไทดำมีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้นที่เปลี่ยนแปลงจากบ้านสองชั้น พื้นสูง มีใต้ถุนบ้าน ชุมชนใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนของไทดำ ซึ่งเป็นภาษาเฉพาะชาติพันธุ์เหมือนเช่นในอดีตแต่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษากลางในการติดต่อกับบุคคลภายนอก เนื่องจากชุมชนติดต่อกับคนภายนอกกลุ่มชาติพันธุ์มากขึ้น การแต่งกายของชุมชนได้เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวงงานประเพณี ผู้เฒ่าผู้แก่ยังคงแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน นอกจากนี้ การแซ่ปางถูกนำมาเป็นการแสดงของชาติพันธุ์ที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่

แสดงความเคารพต่อหมอมดประจำหมู่บ้านมาเป็นการแสดงเพื่อตึงตูดนักท่องเที่ยว ความเดิมแท้จึงได้เปลี่ยนแปลงไป ส่วนความเชื่อเรื่องแถบมีเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า แต่ความเชื่อเรื่องผีเรือน ไทดำยังคงปฏิบัติเหมือนเดิมแต่อนุโลมให้คนอื่นเข้าไปห้องกะล่อห้องได้ในวันป่าตึงใหญ่ และยังคงปฏิบัติพิธีแปงขวัญอย่างต่อเนื่อง งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้า ตุ่มนาก ตุ่มหนุ ยังคงสืบทอดเพื่อประยุกต์เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว ไทดำยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม แต่มีความเข้มข้นน้อยลง เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ความเชื่อเหล่านี้จางหายไป

## (2) อัตลักษณ์ไทพวน

ตั้งแต่อดีตไทพวนยังคงตั้งถิ่นฐานติดกับแม่น้ำโขงเรื่อยมา ในอดีตไทพวนมีอาชีพทำนา หาปลา ทำสวนริมฝั่งโขงทำสวนยาสูบ สับประรด ปลูกพืชผักสวนครัวที่ฝั่งตรงข้าม (ประเทศลาวในปัจจุบัน) แต่ในปัจจุบันไทพวนพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติน้อยลง เนื่องจากไทพวนประกอบอาชีพอื่น บ้านเรือนไทพวนเปลี่ยนเป็นแบบบ้านสมัยใหม่ ใช้ภาษาไทพวนติดต่อกันโดย หากติดต่อกับบุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทย การแต่งกายของไทพวนเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก สำหรับคนเฒ่าคนแก่จะแต่งกายแบบไทพวนอยู่บ้างแต่ไม่เต็มรูปแบบ เช่น นุ่งผ้าถุงที่ทำมาจากฝ้ายที่ทอเอง แต่สวมเสื้อทำจากใยสังเคราะห์คนในชุมชนจะแต่งชุดประจำชาติพันธุ์ในโรงงานประเพณี เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ปลาในแม่น้ำโขง นำอาหารใส่พาข้าวแฉกเช่นอดีต มีศิลปะการแสดงหมอลำไทพวนจัดขึ้นตามงานประเพณี เทศกาลและต้อนรับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชม ความเชื่อและพิธีกรรมแสดงถึงความเคารพและศรัทธาต่อแม่นางอ้วยยังคงมีดังเช่นในอดีต แต่อาจมีองค์ประกอบในการทำพิธีกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสม งานช่างฝีมือดั้งเดิม เช่น จักสาน ทอเสื่อ ทอผ้า เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากไทพวนสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป เหลือเพียงการทอเสื่อที่จะทำเฉพาะช่วงเวลาที่มีต้นฝ่อและทำเป็นบางบ้านเท่านั้น นอกจากนี้ไทพวนยังให้ความเคารพผู้อาวุโสและผู้นำทางพิธีกรรมเหมือนเช่นในอดีต

## (3) อัตลักษณ์ไทแสก

ไทแสกยังคงตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงและมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำเหมือนเช่นดังอดีต แต่ในปัจจุบันไทแสกใช้ประโยชน์และพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติน้อยลงเพราะหันไปประกอบอาชีพอื่นที่สร้างรายได้สูงกว่าเดิม ลักษณะบ้านเรือนไทแสกมีรูปแบบบ้านตามสมัยใหม่มากขึ้น ซึ่งผิดแปลกไปจากเดิมที่เคยยกพื้นสูง ทำด้วยไม้ไผ่ เสาไม้ไผ่ ฝาขัดแตะ มีใต้ถุนสำหรับนั่งเล่นและเลี้ยงสัตว์ ภาษาไทแสกใช้ในการสื่อสารพูดคุยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยเท่านั้น แต่ปัจจุบันเยาวชนรุ่นใหม่ใช้ภาษาไทยกลางมากขึ้น ทำให้ภาษาไทแสกเริ่มจางหาย การแต่งกายแต่เดิมนั้นเป็นเสื้อหม้อห้อม สีดำ กางเกงขาก๊วยที่นำมาจากเวียดนาม แต่ปัจจุบันไทแสกจะแต่งกายตามสมัยนิยมในชีวิตประจำวัน และแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ไทแสก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เรียกได้ว่าอัตลักษณ์การแต่งกายได้เปลี่ยนแปลงจากในอดีตอย่างมาก นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของไทแสกเป็นอาหารที่ทำจากปลา นั่งทานกับพื้น เน้นประหยัด ศิลปะการแสดงแสกเต้นสาก ในอดีตเป็นการรำถวายบวงสรวงต่อองค์มู่เท่านั้น แต่ปัจจุบันนำมาเป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทแสกในเหตุการณ์พิเศษของทางจังหวัด ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ตั้งแต่อดีตในวันขึ้น 15 ค่ำ มีการทรงผีเป็น

ประจำแต่ในปัจจุบันได้สูญหายไปแล้ว เนื่องจากไม่มีใครสืบทอด ส่วนงานบวงสรวงองค์ม้ายังคงปฏิบัติ เช่นเดิมทุกปี ไทแสกยังหลงเหลือการจักสานซึ่งเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิมอยู่บ้างและเคารพศาลองค์ม้ายังเหมือนเป็นศาลหลักบ้านที่มีความศักดิ์สิทธิ์ที่ไทแสกให้ความเคารพนับถือเหมือนในอดีตไม่เสื่อมคลาย และยังให้ความเคารพผู้อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต

#### (4) อัตลักษณ์ไทกะเลิง

ไทกะเลิงยังคงมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน มีวิถีชีวิต ทำนา จับปลา หาเห็ด ทำบริโภคเองในครัวเรือนเหมือนในอดีตและทำเพื่อจัดจำหน่ายในชุมชนเพิ่มเติมในปัจจุบัน ไทกะเลิงนิยมปลูกเรือนเป็นหลังเดี่ยว ยกพื้นสูง วัสดุหาได้จากท้องถิ่น เสาทำจากไม้เนื้อแข็ง แต่ในปัจจุบันชุมชนได้ประยุกต์บ้านเดิมตามสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทกะเลิงผสมผสานกับภาษาไทยกลาง หากติดต่อกับคนภายนอกจะใช้ภาษาไทยกลาง การแต่งกายเป็นไปตามสมัยนิยม แต่ไทกะเลิงจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์ในช่วงเหตุการณ์พิเศษ ต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักเรียนจะแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์ทุกวัน พลหัดสบตี ไทกะเลิงยังมีวัฒนธรรมการกินที่คล้ายกับอดีต เช่น ไช้ผัดแดงผักหวาน หวาย จีหล่อ จินาย ศิลปะการแสดง เช่น การแสดงกลองตุ้ม การร้องสารถีญะ หมอลำย่อนยุค มีวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนไปแต่ยังคงความสนุกสนาน เพลิดเพลินและถูกนำมาจัดแสดงเพื่อการท่องเที่ยว พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องผียังหลงเหลืออยู่บ้าง ปัจจุบันไทกะเลิงนับถือพระพุทธศาสนาเป็นหลักพร้อมกับนับถือผี จึงมีแนวปฏิบัติตามหลักพระพุทธศาสนา คือ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ปัจจุบันยังมีทอผ้า สานตะกร้า เครื่องใช้ต่าง ๆ ทำใช้เองในครัวเรือนและจำหน่ายซึ่งเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิม และไทกะเลิงยังให้ความเคารพผู้อาวุโสเหมือนเช่นในอดีต

#### (5) อัตลักษณ์ไทข่า

ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานและยังมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำและผืนป่า ในอดีตไทข่าทำไร่ ทำสวนและดำรงชีวิตพึ่งพิงทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่ปัจจุบันพึ่งพิงธรรมชาติน้อยลงและเน้นทำสวนยางพารา บ้านเรือนไทข่าในปัจจุบันมีการประยุกต์ต่อเติมไปแต่ยังคงเป็นเรือนยกสูงไว้ มีชานและครัวอยู่นอกบ้าน มีเรือนเหยา แต่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้ ส่วนใหญ่ไทข่าติดต่อสื่อสารด้วยภาษาไทย เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันและใช้ภาษาไทยกลางสื่อสารกับกับคนนอกพื้นที่ การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณียังคงแต่งกายด้วยชุดที่ทำจากผ้ามัดหมี่ผสมผสานกับเสื้อผ้าสมัยใหม่ และนิยมสืขาวเมื่อใส่ไปวัด แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายแบบไทข่าเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ไทข่ายังคงบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติเรียบง่ายเช่นในอดีต แต่ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม เช่น ปะลองแคนเกี่ยวกะมุล (รำฟ้อนเกี่ยวสาว) พิธีเหยาที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพประยุกต์เป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ความเชื่อเกี่ยวกับการบูชาผีเปลี่ยนไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยได้ผลเร็วจึงไม่จำเป็นต้องใช้พิธีเหยาแต่ยังคงสืบทอดอยู่เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ งานช่างฝีมือยังคงทอผ้าไว้ใช้ในครัวเรือนและในปัจจุบันมีการทอเสื้อ ทอผ้า จักสาน เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับแขกที่มาเยือน ไทข่ายังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ หมอสูตรขวัญ และมีดอนปู่ตา ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพบูชาของชาวไทข่า

## (6) ไทญ้อ

อัตลักษณ์มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและรวมกลุ่มที่มีความเชื่อและค่านิยมเดียวกัน ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขง มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำน้อยลงและหันมาให้ความสำคัญกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงการขนส่งทางน้ำเป็นทางบก ในอดีตนั้น ลักษณะบ้านเรือนพื้นถิ่นของไทญ้อจะยกใต้ถุนสูงแต่ในปัจจุบันเป็นบ้านสมัยใหม่เข้ามาแทนที่ การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มชาติพันธุ์ใช้ภาษาไทย หากติดต่อกับบุคคลภายนอกจะใช้ภาษาไทยเป็นสื่อกลาง การแต่งกายเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างมาก เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอกจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวังงานประเพณียังแต่งกายแบบดั้งเดิมอยู่บ้างแต่เป็นการผูกผ้าขาวม้าในงานต่าง ๆ ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนยังคงบริโภคอาหารพื้นบ้านที่เรียบง่าย ศิลปะการแสดงมีการรำไทญ้อซึ่งเป็นการแสดงหนึ่งในชุดรำบูชาพระธาตุพนมที่ปรับเปลี่ยนบทบาทจากอดีตที่เป็นการรำเพื่อบูชาพระธาตุพนมและในปัจจุบันเป็นการรำต้อนรับนักท่องเที่ยว งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ามัดหมี่ยังทำเฉพาะบางบ้านเท่านั้น ส่วนการทำเครื่องปั้นดินเผายังคงสืบทอดจากบรรพบุรุษจนกลายเป็นสินค้า OTOP ของหมู่บ้าน ไทญ้อยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและมีศาลหลักเมือง ศาลเจ้าโต้ง พระธาตุทำอุเทนและองค์พระบาง เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน

## (7) อัตลักษณ์ไทโส้

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เกี่ยวข้องข้องกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้เกิดวัฒนธรรมหรือการรับรู้ความหมายร่วมกัน ถูกกำหนดจากภายนอกผ่านการขัดเกลาทางสังคมและกระบวนการสร้างตัวตนภายในกลุ่มมากขึ้น ในอดีตไทโส้เน้นการทำนาแต่ปัจจุบันหันมาทำสวนยางพารามากขึ้น เนื่องจากมีรายได้ดีกว่าการทำไร่ทำนา ลักษณะบ้านเรือนเฉพาะไทโส้ ยังคงใช้พื้นที่ใต้ถุนบ้านสำหรับการทอผ้าเหมือนเช่นในอดีต ชุมชนพูดคุยด้วยภาษาไทโส้ลดน้อยลง การแต่งกายเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวังงานประเพณีจะนุ่งผ้าถุงที่ทอเอง สวมเสื้อสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษโดยเฉพาะการต้อนรับนักท่องเที่ยวชุมชนจะการแต่งกายของชาติพันธุ์ไทโส้ ชุมชนยังคงบริโภคอาหารที่ง่าย ๆ มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ ศิลปะการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม โดยเฉพาะการรำโส้ทั้งบั้งที่ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทจากกิจกรรมที่แสดงความเคารพต่อผีบรรพบุรุษมาเป็นการแสดงเพื่อการท่องเที่ยว การเหยาได้เปลี่ยนบทบาทไปบ้าง เนื่องจากการแพทย์เจริญก้าวหน้า ทำให้การรักษาเจ็บป่วยจึงไม่จำเป็นต้องมีการเหยาช่วย แต่ความเชื่อในการเลี้ยงผีปู่ตายังคงปฏิบัติเหมือนเดิม งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับผ้ามัดหมี่ การจักสาน ยังคงสืบทอดมาและนำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกของชุมชน การจักสานมีจำนวนน้อยลงและทำไว้ใช้เองเท่านั้น ด้านการบริหารของชุมชน ไทโส้ยังนับถือผู้อาวุโสและให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรม คือ พ่อจ้ำ แม่แก้ว เณกเช่นในอดีต

## (8) อัตลักษณ์ภูไท

การสืบทอดและผลิตอัตลักษณ์ใหม่ เกิดขึ้นภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป ชุมชนยังคงตั้งถิ่นฐานที่อยู่พื้นที่หุบเขาเน้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ชุมชนมีความผูกพันกับธรรมชาติลดลงแต่ยังพึ่งพิงธรรมชาติในการดำเนินชีวิตและมีโบราณสถาน กุฏิเก่าและโบสถ์เก่า (สิมเก่า) วัดศรีนันทารามและพระพุทธรูปเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาและเป็นศูนย์รวมของชุมชน

ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน บ้านเรือนภูไทมีรูปแบบบ้านสมัยใหม่ เปลี่ยนแปลงจากบ้านเรือนแบบทรงสูง 2 ชั้น ชุมชนติดต่อสื่อสารสนทนาโดยใช้ภาษาภูไทเฉพาะกลุ่ม ติดต่อกับบุคคลภายนอกด้วยภาษาไทย การแต่งกายจึงเป็นไปตามสมัยนิยม ส่วนในวันงานประเพณีจะแต่งกายด้วยชุดภูไทประยุกต์กับเสื้อผ้าสมัยใหม่ แต่ในช่วงเหตุการณ์พิเศษจะแต่งกายด้วยชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตัวตน นอกจากนี้ ชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารตามฤดูกาล ศิลปะการแสดงฟ้อนภูไทใช้ในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองเหมือนเช่นอดีต ความเชื่อเรื่องการเลี้ยงผีตาแฮก การเลี้ยงผีปู่ตายังมีพิธีสืบทอดเป็นบางครอบครัว เนื่องจากภูไททำนาลาดลงและหันไปประกอบอาชีพอื่น งานช่างฝีมือดั้งเดิมเกี่ยวกับการทอผ้ายังคงสืบทอดมา เช่น การทอผ้าฝ้าย ผ้าหมักโคลนเพื่อใช้เองและจำหน่าย การจักสานที่ยังคงเหลืออยู่นอกจากนี้ ภูไทยังนับถือผู้อาวุโสเหมือนในอดีตและยังให้ความเคารพนับถือแก่ผู้นำทางพิธีกรรมยังคงมีแนวปฏิบัติเหมือนในอดีตแต่ปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม

### 2.1.2 ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

(1) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาในส่วนนี้ นำเสนอเป็นลำดับของอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสูงสุด 3 ลำดับ โดยที่ชุมชนยินยอมเปิดเผยตัวตนสู่พื้นที่สาธารณะผ่านเวทีการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ลำดับของอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการนำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสูงสุด

ลำดับที่	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
ไทดำ	ลักษณะบ้านเรือน	ภาษาไทดำ	การแต่งกายชุดประจำชาติพันธุ์
พวน	การแต่งกายแบบพวน	ภาษาพวน	หอมแม่มางอ้าว และ ฮีตสิบสอง คองสิบสี่
แสก	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ริมน้ำโขง)	ทอผ้า จักสาน
กะเลิง	แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ดอนตาทอง)	ความเชื่อ	ทอผ้า จักสาน
ข่า	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	สวนดอกไม้	ทอผ้า จักสาน
ญ้อ	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	พระธาตุท่าอุเทน	รำไทญ้อ
โล้	ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	ทอผ้า จักสาน	ภาษาโล้
ภูไท	วิถีชีวิตตามธรรมชาติ	อาหาร	ภูเขาล้อมรอบหมู่บ้านและการแต่งกายแบบภูไท

**(2) ระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์**

การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ ด้านหน้าที่และการใช้สอยและด้านคุณสมบัตินามธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

**(2.1) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านรูปแบบ**

ไทดำมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ พวน ไทดำ แสก กะเลิง ญ้อ โส้และอันดับสุดท้าย คือ ภูไท ตามลำดับ

**(2.2) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านหน้าที่และการใช้สอย**

ไทดำและพวนมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ข่า แสก ญ้อ กะเลิงและภูไท และอันดับสุดท้าย คือ โส้ ตามลำดับ

**(2.3) การเปลี่ยนแปลงทางอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัตินามธรรม**

ไทดำมีระดับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ พวน ข่า แสก กะเลิง โส้ ภูไท และอันดับสุดท้าย คือ ญ้อ ตามลำดับ

**(3) ความคิดเห็นของการท่องเที่ยว**

ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม โดยไทดำมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ภูไท แสก กะเลิง พวน ญ้อ และอันดับสุดท้าย คือ ข่าและโส้ ตามลำดับ

**2.1.3 ระดับความสำคัญของความเต็มแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**(1) ระดับความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของนักท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยอัตลักษณ์ของแสก กะเลิง และญ้อมีความสำคัญต่อความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด รองลงมา คือ โส้ ภูไท ข่า ไทดำและอันดับสุดท้าย คือ พวน

**(2) ระดับการรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของนักท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวรับรู้ต่อประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยภูไทมีความสำคัญต่อความเต็มแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด รองลงมา คือ ญ้อ พวน ไทดำ ข่า กะเลิง แสกและอันดับสุดท้าย คือ โส้

**(3) ผลการวิเคราะห์อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์**

อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร รองลงมา คือ หมู่บ้านแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม หมู่บ้านญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม หมู่บ้านโส้ อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย หมู่บ้านข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม หมู่บ้านกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม หมู่บ้านพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย และลำดับสุดท้าย คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์อื่นๆ

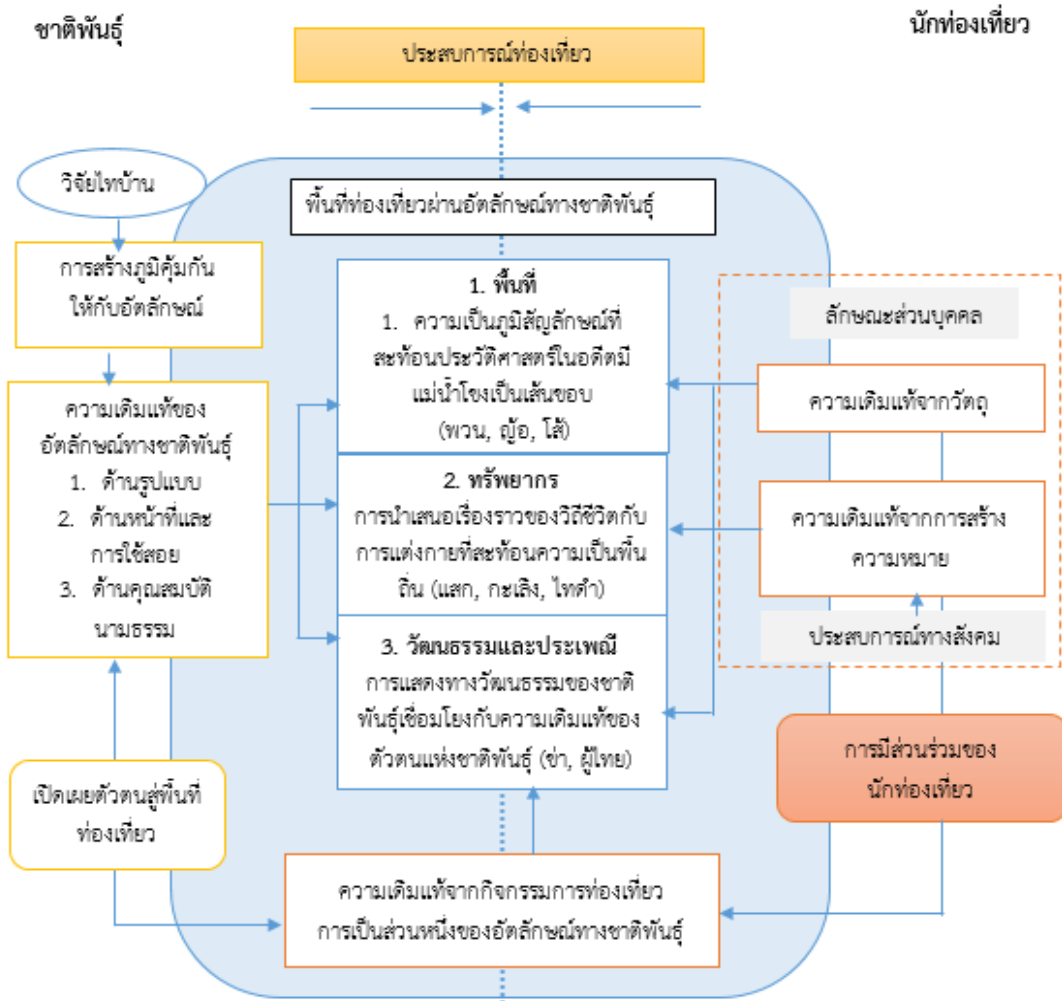


#### 2.1.4 ลำดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์

อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 1,561 คน คิดเป็นร้อยละ 12.76 รองลงมา คือ หมู่บ้านแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 1,499 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 หมู่บ้านญ้อ อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวน 1,457 คน คิดเป็นร้อยละ 11.91 หมู่บ้านไส้อ อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม จำนวน 1,435 คน คิดเป็นร้อยละ 11.73 หมู่บ้านไทดำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 1,370 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 หมู่บ้านข่า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 1,305 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 หมู่บ้านกะเลิง อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม จำนวน 1,258 คน คิดเป็นร้อยละ 10.28 หมู่บ้านไทพวน อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 1,253 คน คิดเป็นร้อยละ 10.24 และหมู่บ้านชาติพันธุ์อื่น ๆ จำนวน 1,094 คน คิดเป็นร้อยละ 8.94 ตามลำดับ

#### 2.1.5 ต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

การพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ได้มีจุดยืนทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนออัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ 2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น และ 3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเต็มแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ เป็นเป้าหมายหลักในการสร้างต้นแบบที่มีพื้นฐานจากจุดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และคุณลักษณะหลักของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์บนความเต็มแท้ รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในกระแสการเปลี่ยนแปลง การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับความเต็มแท้ของอัตลักษณ์บนฐานการมีส่วนร่วมกับชุมชน ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

จากภาพที่ 2.1 พบว่า การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เอื้อให้การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มีทิศทางในการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อรักษาคุณค่าของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่ในการดำเนินการตามต้นแบบรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทั้งด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบนฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ และชุมชนได้สร้างภูมิคุ้มกันในการเปลี่ยนแปลงในสภาวะปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนรู้และเข้าใจต่อปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำอัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์ที่กลั่นกรองมาจากความตั้งใจของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์เป็นจุดขายของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเข้มแข็ง ส่วนหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ได้ข้อมูลจากมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อระดับความเข้มแข็งของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อไป และชุมชนมีแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวบนฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ได้ด้วยตนเองและมีภูมิคุ้มกันในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างถูกทิศทาง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบนพื้นฐานความเข้มแข็งของอัตลักษณ์และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยว

ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน

### 2.1.6 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวดำเนินการบนพื้นฐานการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ตามต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างจุดยืนของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในการท่องเที่ยวอาเซียน มีรายละเอียดดังนี้

#### (1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้น

ขอบ

เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านพื้นที่ของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต (ไทพวน ไทญ้อ ไทโส้) ทั้งนี้พื้นที่ต้นแบบมี 3 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์พวน ตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย หมู่บ้านชาติพันธุ์โส้ ตำบลโพนจาน อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านญ้อ ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.2

#### (2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น

เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งในส่วนของวิถีชีวิตของชุมชนพึงพิงธรรมชาติ (ไทแสก ไทกะเลิง) และการแต่งกายที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ไทดำ) โดยมีพื้นที่ต้นแบบมี 3 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์แสก ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม หมู่บ้านชาติพันธุ์กะเลิง ตำบลหนองสังข์ อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านชาติพันธุ์ไทดำ ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.3

#### (3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์

เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่สนับสนุนอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชาติพันธุ์ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งในส่วนของแสดงของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ในอดีต (ข้า) และความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่น (ภูไท) โดยมีพื้นที่ต้นแบบมี 2 แห่ง คือ หมู่บ้านชาติพันธุ์ข้า ตำบลอุ่มเหมา อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม และหมู่บ้านชาติพันธุ์ภูไท ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.4

**ตารางที่ 2.2** แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านความเป็นภูมิสัญลักษณ์  
ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
<b>1. ด้านพื้นที่ (ที่ตั้งของชุมชนกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีต)</b>			
<b>ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply - side)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปันจักรยานชมวิวแม่น้ำโขง</li> <li>- ชมทัศนียภาพริมโขงบริเวณดอนซิงซู พร้อมฟังประวัติของหมู่บ้าน</li> <li>- พายเรือชมทัศนียภาพรอบบ่อใหญ่</li> <li>- ยุวมัคคุเทศก์นำชมพื้นที่ของหมู่บ้านด้วยภาษาไทยกลางและสวดแทรกภาษาชาติพันธุ์เป็นบางตอน</li> </ul>
ด้านรูปแบบ	สร้างคุณค่าด้านสุนทรียภาพของภูมิประเทศให้ดึงดูดใจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์</li> <li>- จัดเวทีสนทนาให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ โดยเฉพาะวัยทำงานและเยาวชน</li> </ul>	
ด้านหน้าที่และการใช้สอย	เพิ่มคุณค่าด้านสังคมและเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นย้ำให้ชุมชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของประวัติศาสตร์ในชุมชน ไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา</li> <li>- จัดกิจกรรมให้เยาวชนอนุรักษ์สืบทอดเจตนารมณ์ของชาติพันธุ์</li> </ul>	
ด้านคุณสมบัตินามธรรม	สร้างความสัมพันธ์ของพื้นที่เชื่อมโยงกับอดีต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมอาชีพของชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติ</li> <li>- พัฒนาอบรมทักษะต่อยอดอาชีพของชุมชน เพื่อลดอัตราการย้ายถิ่น</li> </ul>	
<b>ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand - side)</b>			
ความเดิมแท้จากกิจกรรม	สร้างความรู้สึพิเศษต่อพื้นที่ (Sense of Place)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงเส้นทางสำหรับคนเดินชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ</li> <li>- ปรับปรุงเส้นทางปั่นจักรยานริมแม่น้ำโขง</li> <li>- การแบ่งเขตพื้นที่ที่มีร่องรอยของประวัติศาสตร์ชุมชน</li> <li>- การสื่อความหมายและบอกเล่าเรื่องราวในอดีตของชุมชน</li> </ul>	
หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์		

ตารางที่ 2.3 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิต  
กับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
<b>2. ด้านทรัพยากร (ชุมชนมีวิถีชีวิตพึงพิงธรรมชาติและและการแต่งกาย)</b>			
<b>ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply-side)</b>			
ด้านรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมต่อการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดตั้งชมรมอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในหมู่บ้าน</li> <li>- คัดเลือกผู้นำชุมชนที่มีความยุติธรรมในการบริหารจัดการ</li> <li>- มีกรรมการดูแลเกี่ยวกับรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว</li> <li>- บรรจุหลักสูตรวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ให้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา</li> <li>- การอบรม “เรียนรู้เท่าทันสื่อ” ให้กับเด็กเยาวชนและวัยทำงาน เพื่อใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์อย่างถูกต้องทิศทาง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใส่ชุดประจำชาติพันธุ์</li> <li>- ทอผ้าที่บ้านของชุมชน หากนักท่องเที่ยวต้องการผ้าผืนที่ตนเองทอ เมื่อทอผ้าจนเสร็จเรียบร้อย ชุมชนจะส่งผ้าผืนนั้นให้กับนักท่องเที่ยว</li> <li>- หากอยู่ในช่วงฤดูทำนา นักท่องเที่ยวสามารถลงไปดำนากับชุมชนได้</li> <li>- เดินป่า เก็บหน่อไม้กับชุมชน</li> <li>- ชมวิวริมโขง</li> </ul>
ด้านหน้าที่และการใช้สอย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความสัมพันธ์ของชุมชนให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ</li> <li>- เชื่อมโยงคุณค่าของวิถีชีวิตกับสุนทรียภาพของการแต่งกายพื้นถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชน</li> <li>- จัดอบรมเกี่ยวกับคุณค่าที่แท้จริงของผืนป่าและธรรมชาติ</li> <li>- กระตุ้นให้ผู้คนในชุมชนใช้เวลาว่างในการทอผ้า สืบสานวิถีบรรพบุรุษ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชมวิถีประมงของชุมชนริมโขง การเก็บปลาในกระชัง การปลูกผักริมฝั่งโขง</li> <li>- นั่งรถซาเล้ง ชมภูมิทัศน์และวิถีชุมชน</li> </ul>
ด้านคุณสมบัตินามธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความงดงามของวิถีชุมชนอย่างเป็นธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมร่วมใจใส่ชุดประจำชาติพันธุ์แบบดั้งเดิมใน 1 วันต่อสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกพูดภาษาชาติพันธุ์กับชุมชนด้วยคำง่าย ๆ</li> </ul>
<b>ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand-side)</b>			
ความเดิมแท้จากกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความอัศจรรย์ใจแก่นักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง</li> <li>- เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมวิถีชีวิตรอบหมู่บ้านและทดลองทอผ้าด้วยตนเอง</li> <li>- การพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ</li> </ul>	
หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		

**ตารางที่ 2.4** แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ด้านการแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์  
เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์

ความเดิมแท้	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	กิจกรรมการท่องเที่ยว
<b>3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี (การแสดงของชาติพันธุ์ และอาหารพื้นถิ่น)</b>			
<b>ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ (Supply – side)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชมการแสดงของชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อในอดีต</li> <li>- ร่วมพอรำกับชุมชน</li> <li>- ฟังการบรรยายเรื่องราวของชุมชนจากยุวมัคคุเทศก์</li> <li>- ร่วมประกอบอาหารพื้นถิ่นกับชุมชน</li> <li>- ชิมอาหารพื้นถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนที่พึงพิงธรรมชาติ</li> </ul>
ด้านรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบของการแสดงเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในชุมชน</li> <li>- ประกอบอาหารพื้นถิ่นเชื่อมโยงกับธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อุปกรณ์ในการแสดงมีลักษณะดั้งเดิมหรือเชื่อมโยงกับอดีตให้ได้มากที่สุด</li> <li>- จัดแสดงในพื้นที่ที่เคยเกิดขึ้นจริงในอดีต</li> <li>- ใช้วัสดุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากธรรมชาติและหาได้ง่ายในชุมชน</li> <li>- สถานที่ในการรับประทานอาหารเอื้อต่อการชิมชั้ตัวตนแห่งชาติพันธุ์</li> </ul>	
ด้านหน้าที่และการใช้สอย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ่ายทอดความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์อย่างชัดเจน</li> <li>- คุณค่าของอาหารตามธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีกำไรเรียไรเงินในการชมการแสดง ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงพาณิชย์</li> <li>- จัดให้ยุวมัคคุเทศก์เล่าเรื่องราวและความสำคัญของการแสดงเชื่อมโยงกับความเชื่อและพิธีกรรมที่เกิดขึ้นในอดีต</li> <li>- ตรวจสอบคุณภาพของอาหารที่ได้มาตรฐาน</li> </ul>	
ด้านคุณสมบัตินามธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ให้คนรุ่นใหม่และต่อยอดความเป็นชาติพันธุ์ให้คนรุ่นเก่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมเกี่ยวกับทักษะทางวัฒนธรรมให้กับชุมชนในการเลือกรับ ปรับเปลี่ยนและผสมผสานวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม</li> </ul>	
<b>ประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยว (Demand – side)</b>			
ความเดิมแท้จากกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างการจดจำต่อประสบการณ์ที่แตกต่างจากการดำเนินในชีวิตประจำวัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดพื้นที่สำหรับการประกอบอาหารพื้นถิ่น</li> <li>- เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงและการประกอบอาหาร</li> <li>- ชุมชนบอกเล่าเรื่องราวและความสำคัญของการประกอบอาหารพื้นถิ่นเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น</li> </ul>	
<b>หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง</b>	องค์การบริหารส่วนจังหวัด / ตำบล สถานศึกษาในชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานสาธารณสุข การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		

จากตารางที่ 2.2 -2.4 พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจจากการเฝ้าชมความแปลกใหม่และความโดดเด่นของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ร่วมกิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนศิลปะและการแสดงต่าง ๆ ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนพื้นฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวพิจารณามุมมองของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้ต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ ประกอบกับความคิดเห็นของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงมีการเปิดพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้พบปะกันสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประสบการณ์และคุณค่าการท่องเที่ยวทั้งต่อนักท่องเที่ยวและชุมชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติพันธุ์บนความเดิมแท้ โดยพิจารณาทั้งในส่วนของความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (รูปแบบ หน้าที่และการใช้สอย คุณสมบัติ

นามธรรม) และประสบการณ์ความเดิมแท้ของนักท่องเที่ยวจากการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับการตีความหมายความเดิมแท้จากอัตลักษณ์ พร้อมทั้งเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ สอดคล้องกัน การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมในกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกาภิวัตน์ให้กับ ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา เพื่อเป็นฝ่ายขับเคลื่อนและสนับสนุนการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยวอาเซียนต่อไป

## 2.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพ ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

### 2.2.1 ศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ศักยภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 กลุ่ม ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรม การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ ความเดิมแท้ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณี เช่น วัฒนธรรม การบริโภคอาหาร การแต่งกาย ภาษา เป็นต้น โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลภาคสนามและใช้การ Check-List ศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้ง 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของ ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ ดังนี้

#### (1) ไทดำ

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ จังหวัดเลย พบว่า 1) ด้านที่พัก มีการสร้างที่พักไว้ รองรับนักท่องเที่ยวใกล้เคียงวัฒนธรรมไทดำ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เดินทางจากตัวเมืองไปทางอำเภอ เชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญ แยกแยกแล้วเลี้ยวขวา ตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง(มีป้ายบอกว่าเทศบาลตำบลเขาแก้ว ) ตรงมาอีกประมาณ 3 กม. พอถึง สามแยกบ้านนาป่าหนาด เลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ อยู่ซ้ายมือ 3) ด้าน สิ่งดึงดูดใจ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น อาหาร การแต่งกาย เป็นต้น 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำตุ้มนก-ตุ้มหนู นั่งรถอีแต่น เยี่ยมชม ศูนย์วัฒนธรรม หอเจ้าบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า เป็นต้น 6) ด้านความ ปลอดภัย มีการจัดการด้านความปลอดภัยโดยแบ่งเวรยามรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้าน การตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

#### (2) ไทพวน

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน จังหวัดหนองคาย พบว่า 1) ด้านที่พัก มีการสร้าง ที่พักรับนักท่องเที่ยวภายในวัดธรรมเจดีย์ แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 20 คน และยังขาดการจัดการในด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก จากถนนมิตรภาพอุดรธานี-หนองคาย เลี้ยวซ้ายตามทางหลวงแผ่นดิน

หมายเลข 211 ระยะทาง 42 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งของอำเภอศรีเชียงใหม่ เดินทางต่อไปยังเส้นทางอำเภอศรีเชียงใหม่ - สังคม ประมาณ 5 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งตำบลบ้านหม้อ 3) ด้านสิ่งดึงดูด วัตถุประสงค์ศูนย์การเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง จุดผ่อนปรนไทย-ลาวตำบลบ้านหม้อ หมู่บ้านโอท็อป เพื่อการท่องเที่ยว วัฒนธรรมของชาวไทพวนเป็นสิ่งดึงดูดใจ เช่น การแต่งกาย ประเพณีต่างๆ อาหารการกิน เช่น แจ่วมะเขือ ปลาต้ม สับประรดกวน ชาวไทพวนจะเน้นอาชีพเกษตรกรรม มีความขยัน แต่ด้วยยุคสมัยเปลี่ยนไปชาวไทพวนจึงประกอบอาชีพที่หลากหลาย เช่น รับราชการครู ค้าขาย เป็นต้น จุดชมวิวดอนชิงข์ของ สปบ.ลาว ซึ่งเป็นสถานที่กำลังปรับปรุงเพื่อสร้าง สปอร์ตคอมเพล็กซ์ของเมืองหลวง เวียงจันทน์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต สวนพืชเศรษฐกิจพอเพียง เช่น มะเขือเทศ ข้าวโพด พริก พระพิฆเนศใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่แต่ยังขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อแต่ยังขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และยังขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

### (3) ไทแสก

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก จังหวัดนครพนม พบว่า 1) ด้านที่พัก ไม่มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชนแบบโฮมสเตย์ แต่ยังคงมีการพัฒนาให้เป็นระบบมากกว่านี้ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เดินทางโดยรถยนต์สายนครพนม - ท่าอุเทน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ วัดมงคลบุรีศักดิ์ดาราม ศูนย์วัฒนธรรมไทยแสก ศาลเจ้าพ่อองค์อยู่ ศูนย์หัตถกรรมหมู่บ้านทำก๊วย (หมวกงอบ) 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ แต่ยังขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และยังขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

### (4) ไทกะเลิง

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง จังหวัดนครพนม พบว่า 1) ด้านที่พัก ไม่มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชน แต่ยังคงมีการพัฒนาให้เป็นระบบมากกว่านี้ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ 107 แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ



ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 23 ผ่านจังหวัดมหาสารคาม ทางหลวงหมายเลข 213 แล้วแยกขวาเข้าสู่จังหวัดกาฬสินธุ์และผ่านจังหวัดสกลนคร ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม ตามทางหลวงหมายเลข 22 รวมระยะทางประมาณ 740 กิโลเมตรและเดินทางต่อไปยัง ต.หนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม อีกประมาณ 30 กม. 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังคงขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืนและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

#### (5) ไท่ซ่า/บรู

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไท่ซ่า/บรู จังหวัดนครพนม พบว่า 1) ด้านที่พัก ไม่มี การสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชน แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาให้เป็นระบบมากกว่านี้ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก จากจังหวัดนครพนม การเดินทางเข้าสู่ตำบล เข้าได้ 2 ทาง- เข้าทาง อ.ชะอี จ.มุกดาหาร และ อ.เขาวง จ.กาฬสินธุ์- เข้าทาง อ.เมือง จ.มุกดาหาร และ อ.นาแก จ.นครพนม 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ วัดโคกสว่าง ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง สวนดอกไม้ เช่น ดอกดาวกระจาย ดอกชันเวียร์ ศูนย์ทอผ้าของชุมชน ศูนย์จักสานของชุมชน 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังคงขาดเรื่องของการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

#### (6) ไท่ฮ้อ

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไท่ฮ้อ จังหวัดนครพนม พบว่า 1) ด้านที่พัก มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชนแบบโฮมสเตย์ แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาให้เป็นระบบมากกว่านี้ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ที่ตั้ง วัดคามวาสี บ้านโพน หมู่ 8 ตำบลโนนตาล อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครพนม ห่างจาก อ.เมือง ประมาณ 28 กม. โดยใช้เส้นทางการเดินทางผ่าน อำเภอกำแพงแสนไปยังอำเภอกำแพงแสน 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ บ่อเกลือสินเทา (เกลือซึ่ทา) กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา พระธาตุโนนตาล กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้าฝ้าย ฝ้ายมัดหมี่ทอจากไหมประดิษฐ์ (ชุดประจำกลุ่มไท่ฮ้อประยุกต์) การฟ้อนและการแห่ดอกไม้วัฒนธรรมประจำถิ่นของชาวไท่ฮ้อ 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว

ได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังคงขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

### (7) ไทโส้

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ จังหวัดนครพนม พบว่า 1) ด้านที่พัก ไม่มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชน แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาให้เป็นระบบมากกว่านี้ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก จากจังหวัดนครพนม สามารถใช้เส้นทางสายนครพนมท่าอุเทน ระยะทาง 27 กิโลเมตร ก่อนถึงท่าอุเทน 3 กิโลเมตรให้เลี้ยวซ้ายไปถนนสายท่าอุเทน โพนสวรรค์ ประมาณ 20 กิโลเมตรและวิ่งผ่านอำเภอโพนสวรรค์ ไปถนนสายโพนสวรรค์ กุสุมาลย์ ประมาณ 3 กิโลเมตรก็เข้าสู่ตำบลโพนจาน 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ศูนย์หัตถกรรมจักรสานและกลุ่มทอผ้า สวนสมุนไพรท้องถิ่น พระธาตุจำปา ศูนย์วัฒนธรรมไทโส้ วัดศรีสว่าง บ้านกลางจาน วัดศรีบุญเรืองบ้านต้าย วัดโนนสะอาดบ้านกุดตะกั่ว 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังคงขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

### (8) ภูไท

สำรวจกลุ่มชาติพันธุ์ภูไท จังหวัดมุกดาหาร พบว่า 1) ด้านที่พัก ไม่มีการสร้างที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 80 คน โดยการจัดการในด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้านในชุมชนแบบโฮมสเตย์ โดยชุมชนมีการจัดอบรมให้ความรู้และศึกษาดูงานอยู่เป็นประจำ 2) ด้านการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก บ้านภูอยู่ห่างจากการอำเภอหนองสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดมุกดาหาร 57 กิโลเมตร ถนนลาดยางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2370 (สายหนองสูง – นิคมคำสร้อย) จากนิคมคำสร้อยระยะทาง 29 กิโลเมตร 4) ด้านกิจกรรม เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ ฐานที่ 1 ลักษณะของพื้นที่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท ฐานที่ 2 ทรัพยากรของชาติพันธุ์ภูไท ฐานที่ 3 ประเพณีและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ภูไท ฐานที่ 4 ฐานเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์ภูไท และฐานที่ 5 การบริหารจัดการของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท แต่ยังคงขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีไฟฟ้า ประปา

สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน เป็นต้น 6) ด้านความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) ภายในชุมชน 7) ด้านสุขอนามัย ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น 8) ด้านการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ แต่ยังคงขาดเรื่องของการกำหนดการนำเที่ยวภายในชุมชนทั้งแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

## 2.2.2 กำหนดองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

เกิดจากการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยอนาคตภาพจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการวิจัยเชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้องค์ประกอบในการนำไปพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยมีตัวบ่งชี้ของแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังนี้

### (1) การบริการอย่างสร้างสรรค์

- ควรมีการพัฒนาที่พึงใจให้มีความหลากหลายไว้คอยบริการ เช่น โรงแรม รีสอร์ท จุดกางเต็นท์

- ลักษณะภายในที่พักแบบโฮมสเตย์และการบริการควรมีความเป็นสากล
- ร้านอาหารต้องสะอาด/แหล่งอาหารสด
- เรื่องของห้องสุขาสาธารณะต้องมีเพียงพอและสะอาด

### (2) กิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์

- ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การประกอบอาหารท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นๆ

- จัดทำแผนที่การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- จัดงานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับบริบทและอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์
- ควรดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ท้องถิ่น
- ควรดึงดูดการท่องเที่ยวด้วยการบอกเล่าเรื่องราว ผ่านพิพิธภัณฑ์มีชีวิต
- ชาวบ้านควรรวมกลุ่มพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์

### (3) การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์

- ควรดึงพันธมิตรที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานการศึกษา

- ชุมชนจะรู้สึกภูมิใจ และเห็นคุณค่าในความเป็นชาติพันธุ์ของตนเอง
- ชุมชนเกิดรายได้เข้าสู่ชุมชน สามารถพึ่งพาตนเองได้
- ควรจัดการตลาดเชิงรุกแบบ Open House
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ทิว วิทยุ

### (4) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ความรู้ ความสนุก เพลิดเพลิน จากการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ของชาติพันธุ์นั้นๆ

- นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกต่อคุณค่าในการอนุรักษ์วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม
- ได้ทักษะในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ภายใต้บริบทและอัตลักษณ์ต่างๆ
- เว็บไซต์ เบอร์ติดต่อ ชื่อ-ตำแหน่ง ต้องมีไว้ให้นักท่องเที่ยวประสานงาน
- จัดให้มีอาสาสมัครชุมชนเฝ้าระวังความปลอดภัย
- ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เรื่อง ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในชุมชน
- สนับสนุนให้เยาวชนในชุมชนเป็น Buddy นำเที่ยว
- ห้องสุขาต้องสะอาด นำใช้ ทั้งในที่พักและในจุดบริการนักท่องเที่ยว

### 2.2.3 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

#### (1) ไทดำ

เส้นทางที่ 1 การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเลยไป อำเภอเชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญแยกแยกเลี้ยวขวาตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง (มีป้ายบอกเทศบาลเขาแก้ว) ตรงมาอีก 3 กม. พอถึงสามแยกบ้านนาป่าหนาดเลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ

#### (2) ภูไท

เส้นทางที่ 2 การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท บ้านภู ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร บ้านภู อยู่ห่างจากว่าการอำเภอหนองสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดมุกดาหาร 57 กิโลเมตร ถนนลาดยางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2370 (สายหนองสูง - นิคมคำสร้อย) จากนิคมคำสร้อยระยะทาง 29 กิโลเมตร

#### (3) ไทพวน

เส้นทางที่ 3 จากถนนมิตรภาพอุดรธานี-หนองคาย เลี้ยวซ้ายตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 211 ระยะทาง 42 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งของอำเภอศรีเชียงใหม่ เดินทางต่อไปยังเส้นทางอำเภอศรีเชียงใหม่ - สังคม ประมาณ 5 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งตำบลบ้านหม้อ

#### (4) ไทโส้

เส้นทางที่ 4 จากจังหวัดนครพนม สามารถใช้เส้นทางสายนครพนมท่าอุเทน ระยะทาง 27 กิโลเมตร ก่อนถึงท่าอุเทน 3 กิโลเมตรให้เลี้ยวซ้ายไปถนนสายท่าอุเทน โพนสวรรค์ ประมาณ 20 กิโลเมตรและวิ่งผ่านอำเภอโพนสวรรค์ ไปถนนสายโพนสวรรค์ กุสุมาลย์ ประมาณ 3 กิโลเมตรก็เข้าสู่ตำบลโพนจาน

#### (5) ไทแสก

เส้นทางที่ 5 เดินทางโดยรถยนต์สายนครพนม - ท่าอุเทน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร ตั้งอยู่ที่ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมืองจังหวัดนครพนม

#### (6) ไทข่า

เส้นทางที่ 6 การเดินทางเข้าสู่ตำบลดงหลวง เข้าได้ 2 ทาง เข้าทาง อ.ชะอี จ.มุกดาหาร และ อ.เขาวง จ.กาฬสินธุ์ เข้าทาง อ.เมือง จ.มุกดาหาร และ อ.นาแก จ.นครพนม

**(7) ไทกะเลิง**

เส้นทางที่ 7 จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ 107 แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 23 ผ่านจังหวัดมหาสารคาม ทางหลวงหมายเลข 213 แล้วแยกขวาเข้าสู่จังหวัดกาฬสินธุ์และผ่านจังหวัดสกลนคร ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม ตามทางหลวงหมายเลข 22 รวมระยะทางประมาณ 740 กิโลเมตรและเดินทางต่อไปยัง ต.หนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม อีกประมาณ 30 กม.

**(8) ไทย้อ**

เส้นทางที่ 8 ที่ตั้ง วัดคามวาสี บ้านโพธิ์ หมู่ 8 ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ห่างจาก อ.เมือง ประมาณ 28 กม. โดยใช้เส้นทางการเดินทางผ่าน ตำบลอาจสามารถไปยังอำเภอท่าอุเทน

#### 2.2.4 การพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

- (1) ไทดำ ดังแสดงในภาพที่ 2.2
- (2) ภูไท ดังแสดงในภาพที่ 2.3
- (3) ไทพวน ดังแสดงในภาพที่ 2.4
- (4) ไทส่วย ดังแสดงในภาพที่ 2.5
- (5) ไทแสก ดังแสดงในภาพที่ 2.6
- (6) ไทข่า ดังแสดงในภาพที่ 2.7
- (7) ไทกะเลิง ดังแสดงในภาพที่ 2.8
- (8) ไทย้อ ดังแสดงในภาพที่ 2.9
- (9) การบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

โดยมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

- (1) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ  
ดังแสดงในภาพที่ 2.2

**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**เส้นทางที่ 1** จากตัวเมืองไปทางอำเภอเชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญ เจอแยกเลี้ยวขวาวรา ตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง (มีป้ายบอกว่าการตลาดข้าวแก้ว) ตรงมาอีกประมาณ 3 กม. พอถึงสามแยกบ้านนาป่าหนาดเลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม.ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ อยู่ซ้ายมือ



**กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์**  
**กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 1 วัน**  
**เวลา**  
 08.00 น.ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการปักสัญลักษณ์หัวใจไทดำพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำการละเล่นพื้นบ้าน(มะกอน)พร้อมรับประทานอาหารว่าง  
 09.00 น.ฟังบรรยายและกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว  
 10.00 น.เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำต้นกก-ตุ้มหมึกและกิจกรรมอื่นๆ  
 12.00 น.รับประทานอาหารกลางวัน ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทดำ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทดำ เช่น อ่อมหวานี่สีกั๋ก แจ่วฮ่อมกุกุ เป็นต้น  
 13.30 น.นั่งรถอีแต๋นเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรม หอจำบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์เมือง  
 16.00 น.ส่งคนขับรถโดยการบรรยายสรุป ณ พิพิธภัณฑ์หรือของฝากของที่ระลึกและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ  
**หมายเหตุ**  
 1. ราคา ต่อท่าน 550 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 450 บาท  
 2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น  
 3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้



**ภาพที่ 2.2** การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ

จากภาพที่ 2.2 ได้กำหนดเส้นทางที่ 1 คือ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเลยไป อำเภอเชียงคาน ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญเจอแยก เลี้ยวขวาตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เลี้ยวซ้ายตรงบ้านหินตั้ง (มีป้ายบอกเทศบาลเขาแก้ว) ตรงมาอีก 3 กม. พอถึงสามแยกบ้านนาป่าหนาดเลี้ยวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงศูนย์วัฒนธรรมไทดำ เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ นายเพชรตะบอง ไพศุณย์ 083-3322828 และ คุณอิว 082-4863450 โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ ดังนี้

**(1.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 1 วัน**

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 1 วัน มีรายละเอียด ดังนี้

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการปักสัญลักษณ์หัวใจไทดำพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำการละเล่นพื้นบ้าน (มะกอน) พร้อมรับประทานอาหารว่าง
- 09.00 น. ฟังบรรยายและกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว

- 10.00 น. เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำตุ๋มนก-ตุ๋มหนูและกิจกรรมอื่นๆ
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทดำ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทดำ เช่น ลาบมะเขือ จู๊บผัก เป็นต้น
- 13.30 น. นั่งรถอีแต่นเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรม หอเจ้าบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง
- 16.00 น. ส่งคณะทัวร์โดยการบรรยายสรุป ณ พิพิธภัณฑ์ชื่อของฝากของที่ระลึกและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 550 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 450 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (1.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 2 วัน 1 คืน มีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการปักสัญลักษณ์หัวใจไทดำพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำการเล่นพื้นบ้าน (มะกอน) พร้อมรับประทานอาหารว่าง
- 09.00 น. ฟังบรรยายและกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว
- 10.00 น. เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำตุ๋มนก-ตุ๋มหนูและกิจกรรมอื่นๆ
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำ
- 13.30 น. นั่งรถอีแต่นเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรม หอเจ้าบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง
- 17.00 น. จัดนักท่องเที่ยวเข้าบ้านพัก
- 18.00 น. จัดกิจกรรมการต้อนรับแบบชาติพันธุ์ไทดำและร่วมรับประทานอาหารเย็น
- บายศรีสู่ขวัญ
  - การแสดงศิลปวัฒนธรรมของชาวไทดำ
    - รำแคน
    - รำแซ่ใต้
    - รำแซ่ปาง
- 20.00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย

##### วันที่ 2

- 06.00 น. ทำบุญตักบาตรร่วมกับเจ้าของบ้าน
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้าและร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการประกอบอาหารประจำชาติพันธุ์ไทดำ เช่น ลาบมะเขือ จู๊บผัก เป็นต้น

- 09.00 น. เดินทางชมธรรมชาติ ณ เขาภูหวด ทำกิจกรรมเชิงนิเวศ เช่น การปลูกป่า ชมวิวทิวทัศน์
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภูหวด
- 13.00 น. เข้าชมการทำพิธีป่าดง (เช่น ไหว้ผีบ้านผีเรือน)
- 15.00 น. ร่วมสนุกกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การเล่นพื้นบ้าน
  - การเล่นละหวาย
  - อยู่ช่าว
  - อยู่ลื้อ
- 16.00 น. ชื้อของฝากของที่ระลึก ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา ต่อท่าน 600 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 500 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

**เบอร์ติดต่อประสานงาน**

1. นายเพชรตะบอง ไพศุณย์ 083-3322828
2. คุณอิว 082-4863450

**(2) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไท**  
**การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไท**

ดังแสดงในภาพที่ 2.3

**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**เส้นทางที่ 2** บ้านอยู่ห่างจากท่าอากาศยานของสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดนครพนม 57 กิโลเมตร  
 ถนนลาดยางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2370 (สายหนองสูง - ฝายท่าเรือ)  
 จากนิคมท่าเรือระยะทาง 29 กิโลเมตร



แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม  
 MUKDAHAN TOURIST MAP

ที่มา : <http://www.doasia.com/thailand-map>

**กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์**  
 กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ 1 วัน

**เวลา**

- 08.00 น. ดónรับนักท่องเที่ยว พร้อมฟังบรรยายสรุปที่ศูนย์เรียนรู้
- 09.00 น. ชมกิจกรรมวิถีสังคม ความเป็นอยู่ในเรื่องของวิถีเศรษฐกิจชุมชน
- 10.00 น. เดินทางเข้าเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ชุมชน 6 ชุมชน
  - ฐานที่ 1 ฐานตลาดจ่าย
  - 10.30 น. ฐานที่ 2 ฐานเพิ่มรายได้
  - 11.00 น. ฐานที่ 3 ฐานประหยัด
  - 11.30 น. ฐานที่ 4 ฐานเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
    - การละเล่นดินมะบ้า (การละเล่นสะบ้า)
    - การละเล่นหมากเก็บ
    - การละเล่นฮาโกกตก
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันกับศูนย์เรียนรู้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับ ชาวไท โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทเสก เช่น อ่อนหวานยี่สุ่ย แก้วซ้อนกุกไท เป็นต้น
- 13.30 น. เดินทางเข้าสู่กิจกรรมฐานที่ 5 การอนุรักษ์นกธัญยาและสิ่งแวดล้อน
- 14.30 น. เข้าร่วมกิจกรรมฐานที่ 6 ฐานเอื้ออารีย์
- 15.00 น. กิจกรรมเกษตรพอเพียงและซื้อของฝากของที่ระลึก
- 16.00 น. ส่งคนหัวเรือโดยการบรรยายสรุปและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา ต่อท่าน 300 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 250 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้





ภาพที่ 2.3 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไท



จากภาพที่ 2.3 ได้กำหนดเส้นทางที่ 2 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท บ้านภู ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร บ้านภู อยู่ห่างจากที่ว่าการ อำเภอหนองสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดมุกดาหาร 57 กิโลเมตร ถนนลาดยางทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 2370 (สายหนองสูง – นิคมคำสร้อย) จากนิคมคำสร้อยระยะทาง 29 กิโลเมตร เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ คุณพ่อถวัลย์ ผิวขำ 087-2301599 และคุณแม่ หงส์สุดา ผิวขำ 081-0474218 โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าภูไท ดังนี้

### (2.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท 1 วัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- |          |   |
|----------|---|
| 08.00 น. | ต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมฟังบรรยายสรุปที่ศูนย์เรียนรู้   |
| 09.00 น. | ชมกิจกรรมวิถีสังคม ความเป็นอยู่ในเรื่องของวิถีเศรษฐกิจชุมชน   |
| 10.00 น. | เดินทางเข้าเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ชุมชน 5 ฐาน<br>ฐานที่ 1 ลักษณะของพื้นที่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท   |
| 10.30 น. | ฐานที่ 2 ทรัพยากรของชาติพันธุ์ภูไท<br>- ทรัพยากรทางธรรมชาติ<br>- โบราณสถาน และโบราณวัตถุของชุมชน  |
| 11.00 น. | ฐานที่ 3 ประเพณีและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ภูไท<br>- บ้านเรือนพื้นถิ่นลักษณะเฉพาะของบ้านเรือนพื้นถิ่น<br>- ภาษาถิ่น และ/ หรือ ภาษาชาติพันธุ์<br>- การแต่งกายของชนเผ่า<br>- วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร<br>- ศิลปะการแสดง<br>- ความเชื่อ แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล<br>- งานช่างฝีมือดั้งเดิม |
| 12.00 น. | รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์เรียนรู้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับชาวภูไท โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าภูไท เช่น อ่อมหวายใส่ไก่แจ้วซอมน้ำ เป็นต้น  |
| 13.00 น. | ฐานที่ 4 ฐานเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์ภูไท<br>- การละเล่นดินมะบ้า (การละเล่นสะบ้า)<br>- การละเล่นหมากเก็บ<br>- การละเล่นชาโลกเถก   |
| 14.00 น. | เดินทางเข้าสู่กิจกรรมฐานที่ 5 การบริหารจัดการของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท<br>- การนับถือผู้อาวุโส<br>- บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ  |
| 15.00 น. | กิจกรรมเกษตรพอเพียง และซื้อของฝากของที่ระลึก  |

16.00 น. ส่งคณะทัวร์โดยการบรรยายสรุปและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 300 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 250 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (2.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าภูไท 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าภูไท 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 09.00 น. ชมกิจกรรมวิถีสังคม ความเป็นอยู่ในเรื่องของวิถีเศรษฐกิจชุมชน
- 10.00 น. เดินทางเข้าเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ชุมชน 5 ฐาน  
ฐานที่ 1 ลักษณะของพื้นที่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท
- 10.30 น. ฐานที่ 2 ทรัพยากรของชาติพันธุ์ภูไท  
- ทรัพยากรทางธรรมชาติ  
- โบราณสถาน และโบราณวัตถุของชุมชน
- 11.00 น. ฐานที่ 3 ประเพณีและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ภูไท  
- บ้านเรือนพื้นถิ่นลักษณะเฉพาะของบ้านเรือนพื้นถิ่น  
- ภาษาถิ่น และ/ หรือ ภาษาชาติพันธุ์  
- การแต่งกายของชนเผ่า  
- วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร  
- ศิลปะการแสดง  
- ความเชื่อ แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล  
- งานช่างฝีมือดั้งเดิม
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์เรียนรู้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวภูไท โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าภูไท เช่น อ่อมหวายใส่ไก่แจ้วซอมน้ำปลา เป็นต้น
- 13.00 น. ฐานที่ 4 ฐานเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์ภูไท  
- การละเล่นดินมะบ้า (การละเล่นสะบ้า)  
- การละเล่นหมากเก็บ  
- การละเล่นชาโลกเถก
- 14.00 น. เดินทางเข้าสู่กิจกรรมฐานที่ 5 การบริหารจัดการของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท  
- การนับถือผู้อาวุโส  
- บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ
- 15.00 น. กิจกรรมเกษตรพอเพียง
- 17.00 น. จัดนักท่องเที่ยวยุโรปเข้าพักแบบโฮมสเตย์
- 18.00 น. จัดกิจกรรมการต้อนรับแบบพาแลงที่ลานวัฒนธรรม

- บายศรีสู่ขวัญ
- การแสดงดนตรีพื้นบ้าน
- การเต้นบาสโลบ

**วันที่2**

- 06.00 น. ทำบุญตักบาตรร่วมกับเจ้าของบ้าน
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ที่บ้านพักร่วมกับเจ้าของบ้าน
- 08.00 น. รวมกันที่ศูนย์ซื้อของฝากของที่ระลึก
- 10.00 น. กิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้สึก
- 11.00 น. ส่งคณะทัวร์โดยการบรรยายสรุปและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา ต่อท่าน 500 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 400 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

**เบอร์ติดต่อประสานงาน**

1. คุณพ่อถวัลย์ ผิวขำ 087-2301599
2. คุณแม่หงส์สุดา ผิวขำ 081-0474218

**(3) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน**

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน

ดังแสดงในภาพที่ 2.4

การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง

**เส้นทางที่ 3** จากถนนมิตรภาพอุดรธานี-หนองคาย เกี่ยวซ้ายตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 211 ระยะทาง 42 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งของอำเภอศรีเชียงใหม่ เดินทางต่อไปยังเส้นทางอำเภอศรีเชียงใหม่ - สันคม ประมาณ 5 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งตำบลบ้านหม้อ

กำหนดการ 1 วัน

- การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ "ไทยพวนม่วนซื่น" เวลา
- 09.00 น. ดónรับคณะนักท่องเที่ยวการแสดงชุด "ไทยพวนม่วนซื่น"
- 09.30 น. ออกเดินทางสู่วัดอริยธรรมเขต ชม พิพิธภัณฑ์และจัดกิจกรรมพระบรมสารีริกธาตุและกราบนิมิตการรูปเหมือนหลวงปู่เหรียญ วรลาภิก เกจิอาจารย์ที่มีศิษยานุศิษย์มากมาย มีชื่อเสียงด้านวิปัสสนา (รับประทานอาหารว่างที่วัด)
- 10.30 น. ออกเดินทางสู่จุดผ่อนปรนไทย-ลาว พร้อมชมพระเมฆินเข (ไม้ตะเคียน) และชมการชนสังข์สามแบริวักชาวบ้าน
- 11.00 น. เดินทางศึกษาน้ำพุร้อนบึงหวดและร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การประกอบอาหารที่ขึ้นชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน เช่น แจ่มมะเขือเทศ ฝรั่งปลา เป็นต้นและร่วมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสับปะรด เช่น สับปะรดถวณ ลูกหยีสับปะรด เป็นต้น
- 12.00 น. รับประทานอาหารพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับชาวไทพวนโดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทพวนพร้อมชมการแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยพวน
- 14.00 น. เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงของชาวตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
- 15.00 น. เดินทางซาบซ่าสับปะรด สันค่างนครินทร์ของ ตำบลบ้านหม้อ
- 16.00 น. ซื้อของฝากของที่ระลึกจากชาวบ้านพร้อมเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

1. ราคา ต่อท่าน 350 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 300 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้



ภาพที่ 2.4 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน

จากภาพที่ 2.4 ได้กำหนดเส้นทางที่ 3 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน จากถนนมิตรภาพอุดรธานี-หนองคาย เลี้ยวซ้ายตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 211 ระยะทาง 42 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งของอำเภอศรีเชียงใหม่ เดินทางต่อไปยังเส้นทางอำเภอศรีเชียงใหม่ - สังคม ประมาณ 5 กิโลเมตร ถึงที่ตั้งตำบลบ้านหม้อ เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ อ.มนัสดา บัวน้อย 083 - 1495618 ประธานหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว และคุณเกษราภรณ์ งามเหลือ 090 - 5964153 เลขานุการ โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน ดังนี้

### (3.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทพวน 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทพวน 1 วัน มีรายละเอียด ดังนี้

09.00 น	ต้อนรับคณะนักท่องเที่ยวการแสดงชุด “ไทพวนม่วนซื่น”
09.30 – 10.30 น	ออกเดินทางสู่วัดอรัญบรรพต ชม พิพิธภัณฑสถานและเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุและกราบนมัสการรูปเหมือนหลวงปู่เหรียญ วรลาโภ เกจิอาจารย์ที่มีศิษยานุศิษย์มากมาย มีชื่อเสียงด้านวิปัสสนา (รับประทานอาหารว่างที่วัด)
10.30 – 11.00 น	ออกเดินทางสู่จุดผ่อนปรนไทย-ลาว พร้อมชมพระพิฆเนศ (ไม้ตะเคียน) และชมการขนส่งสินค้าแบบวิถีชาวบ้าน
11.00 – 12.00 น	เดินชมทัศนียภาพริมโขงบริเวณดอนชิงชู พร้อมฟังประวัติหมู่บ้านและร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การประกอบอาหารที่ขึ้นชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน เช่น แจ่วมะเขือเทศ นึ่งปลา เป็นต้นและร่วมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสับปะรด เช่น สับปะรดกวน ลูกหยีสับปะรด เป็นต้น
12.00 – 14.00 น	รับประทานอาหารจากฝีมือนักท่องเที่ยวร่วมกับชาวบ้านพร้อมชมการแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทพวน
14.00 – 15.00 น	เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงของชาวตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย
15.00 – 16.00 น	เดินทางเข้าชมไร่สับปะรด สินค้าเกษตรขึ้นชื่อของ ตำบลบ้านหม้อ
16.00 – 17.00 น	ของฝากของที่ระลึกจากชาวบ้านพร้อมเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

หมายเหตุ ราคา 350 บาท ต่อคน กรณีมาเป็นกรุ๊ปราคา 300 บาทต่อคน

### (3.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทพวน 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทพวน 2 วัน 1 คืน มีรายละเอียดดังนี้

#### วันที่ 1

09.00 น	ต้อนรับคณะนักท่องเที่ยวการแสดงชุด “ไทพวนม่วนซื่น”
09.30 – 10.30 น	ออกเดินทางสู่วัดอรัญบรรพต ชม พิพิธภัณฑสถานและเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุและกราบนมัสการรูปเหมือนหลวงปู่เหรียญ วรลาโภ

	เกจิอาจารย์ที่มีศิษยานุศิษย์มากมาย มีชื่อเสียงด้านวิปัสสนา (รับประทานอาหารว่างที่วัด)
10.30 – 11.30 น	ออกเดินทางสู่วัดหินหมากเป้งเข้ากราบนมัสการรูปเหมือนหลวงปู่เทสก์ เทสรังสี โดยหลวงปู่เทสก์ เทสรังสี จัดตั้งให้เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมของภิกษุสงฆ์ แม่ชี และผู้แสวงบุญทั้งหลาย บริเวณโดยรอบสะอาด เรียบร้อยและเงียบสงบ ร่มรื่นด้วยไม้นานาพันธุ์ มีพื้นที่ด้านหนึ่งติดกับลำน้ำโขง ทัดเนียภาพสวยงาม
11.30 – 12.00 น	เดินทางมารับประทานอาหารที่ ร้านลาบยายบุญ
12.00 – 13.00 น	รับประทานอาหารที่บ้านที่ร้านลาบยายบุญ
13.00 – 14.00 น	เดินทางเข้าชมไร่สัปะรด สินค้าเกษตรขึ้นชื่อของ ตำบลบ้านหม้อ และร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัปะรด เช่น สัปะรดกวน ลูกหยีสัปะรด เป็นต้น
14.00 – 15.00 น	ออกเดินทางสู่ วัดผาตากเสื้อ เป็นวัดที่มีทิวทัศน์สวยงาม มาก สูงจากระดับน้ำทะเล 550 เมตร ภายในวัดมีธรรมชาติที่สมบูรณ์ เป็นจุดชมวิวม่านน้ำโขงที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง ในช่วงที่น้ำลดหากไปยืน อยู่บนวัดผาตากเสื้อแล้ว มองลงมายังแม่น้ำโขง จะเห็นสันทรายเป็นริ้วคล้ายเกล็ดพญานาคอย่างชัดเจน โดยได้รับการตั้งให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเส้นทางในฝัน Dream Destination 2 จาก ท ท ท นั่นก็คือ "เกล็ดพญานาคริมโขง"
15.00 – 16.00 น	ออกเดินทางสู่น้ำตกธารทิพย์ เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงประจำจังหวัดหนองคาย
16.00 – 17.00 น	เดินทางกลับเข้าที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย โดยมีจักรยานให้นักท่องเที่ยวได้ยืมปั่นชมทัศนียภาพริมโขงและชมวัฒนธรรมต่างๆของชาวไทยพวน
17.00 – 18.00 น	ร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การประกอบอาหารที่ขึ้นชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน เช่น แจ่วมะเขือเทศ นึ่งปลา เป็นต้น
18.00 – 21.00 น	รับประทานอาหารเย็นจากฝีมือนักท่องเที่ยวยุบรวมกับชาวบ้านพร้อมชมการแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยพวนและร่วมกิจกรรมบายศรีสู่ขวัญต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการและพักผ่อนตามอัธยาศัยที่บ้านพักแบบ โฮมสเตย์ ในชุมชน

## วันที่ 2

07.00 น	ร่วมตักบาตรข้าวเหนียวเพื่อสืบสานวัฒนธรรมของชาวไทยพวน
07.30 – 08.30 น	รับประทานอาหารเช้า
08.30 – 11.30 น	ออกเดินทางสู่จุดผ่อนปรนไทย-ลาว พร้อมชมพระพินเนต (ไม้ตะเคียน) และชมการขนส่งสินค้าแบบวิถีชาวบ้านพร้อมนั่งเรือข้ามไปท่องเที่ยวฝั่งนครหลวงเวียงจันทร์ซื้อสินค้าที่ตลาดเช้า และตลาดจีน
11.30 – 12.30 น	เดินทางกลับประเทศไทยและนั่งเรือชมทิวทัศน์ 2 ฝั่งแม่น้ำโขง
12.30 – 14.00 น	รับประทานอาหารที่ร้าน ป่าสักป่าเผา ซึ่งมีพื้นที่ติดกับริมแม่น้ำโขง

- 14.00 – 16.00 น. เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงของชาวตำบลบ้านหม้อ อำเภอสรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายและซื้อของฝากของที่ระลึกจากฝีมือชาวบ้านและนักเรียนในท้องถิ่น
- 16.00 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา 999 บาท ต่อคน
2. กรณีมาเป็นกรุ๊ปราคา 800 บาทต่อคน

**เบอร์ติดต่อประสานงาน**

1. อ.มนัสดา บัวน้อย 083 – 1495618 ประธานหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว
2. คุณเกษราภรณ์ งามเหลือ 090 – 5964153 เลขานุการ

**(4) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส**  
**การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส**

ดังแสดงในภาพที่ 2.5

**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**เส้นทางที่ 4** จากจังหวัดนครพนม สามารถใช้เส้นทางสายนครพนมท่าอุเทน ระยะทาง 27 กม. ก่อนถึงท่าอุเทน 3 กม. ให้เลี้ยวซ้ายไปถนนสายท่าอุเทน โพนสวรรค์ ประมาณ 20 กม. แล้วจึงผ่านอำเภอโพนสวรรค์ ไปถนนสายโพนสวรรค์ กุสุมาลย์ ประมาณ 3 กม. ก็เข้าสู่ตำบลบ้านจาน

**กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์**  
 กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทโส 1 วัน  
 เวลา  
 08.00 น. ตั้งแถว ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยเพลงมาลัยหรือดอกไม้ ผ้าเย็น พร้อมพืชมงคลต้อนรับนักท่องเที่ยว  
 09.00 น. นำนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์การเล่นพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส  
 - เล่นหมากกระแต้  
 - เดินชาติตกตก  
 - การละเล่นเดินกะเป้ (เดินกะลานะพร้าว)  
 10.00 น. เดินทางเข้าชมศูนย์หัตถกรรมจักสานและกลุ่มกอผ้า  
 11.00 น. เดินทางเข้าชมสวนสมุนไพรท้องถิ่น ดินน้ำสมุนไพรที่วัดป่าหนองกุง  
 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันในครัวพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทโส โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทโส  
 13.30 น. ออกเดินทางสู่ อำเภอโพนสวรรค์มีสารพระธาตุจำปา  
 14.30 น. ออกเดินทางสู่บ้านนาหว้าพร้อมพวยเรือชมทัศนียภาพรอบบ่อใหญ่  
 15.30 น. เดินทางสู่ศูนย์วัฒนธรรมไทโส พร้อมทั้งซื้อของฝากของที่ระลึกจากชุมชน  
 16.00 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**  
 1. ราคา ต่อท่าน 699 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 599 บาท  
 2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น  
 3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

**ภาพที่ 2.5 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส**

จากภาพที่ 2.4 ได้กำหนดเส้นทางที่ 4 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส จากจังหวัดนครพนม สามารถใช้เส้นทางสายนครพนมท่าอุเทน ระยะทาง 27 กิโลเมตร ก่อนถึงท่าอุเทน 3 กิโลเมตรให้เลี้ยวซ้ายไปถนนสายท่าอุเทน โพนสวรรค์ ประมาณ 20 กิโลเมตรและวิ่งผ่านอำเภโพนสวรรค์ ไปถนนสายโพนสวรรค์ กุสุมาลย์ ประมาณ 3 กิโลเมตรก็เข้าสู่

ตำบลโพนจาน เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ คุณพ่อสวรรค์ กุดจะนา 089-8602909 ประธานหมู่บ้านวัฒนธรรมท่องเที่ยวชนเผ่าไทโส้ และ คุณคงวิทย์ พลบุญ 081-3208984 เลขาหมู่บ้านโนนสวรรค์ โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ ดังนี้

#### (4.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ 1 วัน

- กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ 1 วัน มีรายละเอียดดังนี้
- 08.00 น. ตั้งแถว ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยพวงมาลัยหรือดอกไม้ ผ้าเย็น พร้อมพอนั่งต้อนรับนักท่องเที่ยว
- 09.00 น. นำนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์การเล่นพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้
- เล่นหมากกระแต้
  - เดินขาโลกเถก
  - การละเล่นเดินกะโป้ (เดินกะลามะพร้าว)
- 10.00 น. เดินทางเข้าชมศูนย์หัตถกรรมจักสานและกลุ่มทอผ้า
- 11.00 น. เดินทางเข้าชมสวนสมุนไพรท้องถิ่น ต้มน้ำสมุนไพรที่วัดป่าหนองกง
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดโนนทรายพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทโส้ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทโส้ เช่น มื้อกกะปู (หมกปู) แกงหอย แจ่ว (แห้ง) น้ำพริกไทโส้
- 13.30 น. ออกเดินทางสู่ อำเภอโนนสวรรค์นมัสการพระธาตุจำปา
- 14.30 น. ออกเดินทางสู่บ้านนาหัวก่อ พร้อมพายเรือชมทัศนียภาพรอบบ่อใหญ่
- 15.30 น. เดินทางสู่ศูนย์วัฒนธรรมไทโส้ พร้อมทั้งซื้อของฝากของที่ระลึกจากชุมชน
- 16.00 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 699 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 599 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (4.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ตั้งแถว ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยพวงมาลัยหรือดอกไม้ ผ้าเย็น พร้อมพอนั่งต้อนรับนักท่องเที่ยว
- 09.00 น. นำนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์การเล่นพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้
- เล่นหมากกระแต้
  - เดินขาโลกเถก
  - การละเล่นเดินกะโป้ (เดินกะลามะพร้าว)

- 10.00 น. เดินทางเข้าชมศูนย์หัตถกรรมจักสานและกลุ่มทอผ้า
- 11.00 น. เดินทางเข้าชมสวนสมุนไพรท้องถิ่น ดื่มน้ำสมุนไพรที่วัดป่าหนองกุง
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดโนนทรายพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทโส้ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทโส้
- 13.30 น. ออกเดินทางสู่ อำเภอโนนสวรรค์นมัสการพระธาตุจำปา
- 14.30 น. ออกเดินทางสู่บ้านนาหัวก่อ พร้อมพายเรือชมทัศนียภาพรอบบ่อใหญ่
- 15.30 น. เดินทางสู่ศูนย์วัฒนธรรมไทโส้ พร้อมทั้งซื้อของฝากของที่ระลึกจากชุมชน
- 16.00 น. เดินทางกลับที่พัก พักผ่อนตามอัยาศัย โดยการเช่าจักรยานปั่นท่องเที่ยวรอบๆหมู่บ้าน
- 18.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมบายศรีสู่ขวัญพร้อมรับประทานอาหารเย็นร่วมกัน ร่วมกิจกรรมการแสดงต่างๆ จากชุมชน เช่น รำวงย้อนยุค การแสดง โส้ทั้งบั้ง
- 20.00 น. เข้าที่พักแบบโฮมสเตย์และพักผ่อนตามอัยาศัย

## วันที่ 2

- 06.00 น. ตักบาตรหน้าที่พักโฮมสเตย์
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ข้าวต้ม – ข้าวจี๋ ขนมเทียน – ชา กาแฟ โอวัลติน
- 08.00 น. ออกเดินทางนมัสการพระพุทธรูปหล่อองค์ใหญ่ประดิษฐาน ณ วัดศรีสว่าง บ้านกลางจาน
- 10.00 น. เดินทางเข้าชมพิพิธภัณฑ์ไทโส้ อำเภอกุสุมาลย์
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันพิพิธภัณฑ์ไทโส้
- 13.00 น. ตั้งแถวกล่าวความรู้สึกส่งนักท่องเที่ยว เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

## หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 899 บาท ราคา ต่อ 20 ท่านขึ้นไป 799 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

## เบอร์ติดต่อประสานงาน

1. คุณพ่อสวรรค์ กุดจะนา 089-8602909 ประธานหมู่บ้านวัฒนธรรมชนเผ่าไทโส้
2. คุณคงวิทย์ พลบุญ 081-3208984 เลขาหมู่บ้านโนนสวรรค์



(5) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์เผ่าไทแสก  
 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์เผ่าไทแสก  
 ดังแสดงในภาพที่ 2.6

การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

เส้นทางที่ 5 เดินทางโดยรถยนต์สายนครพนม - ท่าอุเทน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
 กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก 1 วัน

เวลา

08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว หน้าวัดมงคลบุรีศักดิ์ดาราม พร้อมดอกไม้หรือพวงมาลัย

09.00 น. เดินทางไปยังศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกชมการแสดง แสกเต้นสากและเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ  
 พร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกพร้อม

- รับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
- การละเล่นพื้นบ้านสะบ้า
  - การละเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก
  - การละเล่นพื้นบ้านการวงกะลามาพร้าว

11.00 น. เดินทางไปยังศาลเจ้าพ่อองค์อยู่

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันกับศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
 ร่วมกับชาวกุสอ โดยรับประทานอาหารประจำชนเผ่าไทแสก เช่น เมี่ยงไทแสก (เมี่ยงตาสวด)

ปลาจุ่ม ปลาเผาเผา เป็นต้น

13.30 น. ลงเรือชมวิถีชีวิตชาวประมงในการหาปลา

14.30 น. เดินทางไปยังสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 3 ชมวิถีชีวิตตลาดอินโดจีน

16.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมการทำตุ๊กตาไทแสก

16.30 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 999บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 899 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้



ภาพที่ 2.6 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก

จากภาพที่ 2.6 เส้นทางที่ 5 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก เดินทางโดยรถยนต์สายนครพนม - ท่าอุเทน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร ตั้งอยู่ที่ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมืองจังหวัดนครพนม เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ คุณอรุณทิพย์ ป. ณ นครพนม 087-9531319 ประธานสภาวัฒนธรรมตำบล และ คุณอาทิตย์ วงษ์คะสุ่ม 089-8632240 รองประธานสภาวัฒนธรรมตำบล โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสกดังนี้

(5.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก 1 วัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว หน้าวัดมงคลบุรีศักดิ์ดาราม พร้อมดอกไม้หรือพวงมาลัย
- 09.00 น. เดินทางไปยังศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกชมการแสดง แสกเต้นสากและเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกพร้อมรับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
- การละเล่นพื้นบ้านสะบ้า
  - การละเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก

- การละเล่นพื้นบ้านการวิ่งกะลามะพร้าว
- 11.00 น. เดินทางไปยังศาลเจ้าพ่อองค์อยู่
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์วัฒนธรรมไทแสกร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทแสก โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทแสก เช่น เมี่ยงไทแสก (เมี่ยงตาสวด) ปลาจุ่ม ปลาเผาเผา เป็นต้น
- 13.30 น. ลงเรือชมวิถีชีวิตชาวประมงในการหาปลา
- 14.30 น. เดินทางไปยังสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 3 ชมวิถีชีวิตตลาดอินโดจีน
- 16.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมการทำตุ๊กตาไทแสก
- 16.30 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 999บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 899 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (5.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว หน้าวัดมงคลบุรีศักดิ์ดาราม พร้อม
- 09.00 น. เดินทางไปยังศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกร่วมรับประทานอาหารว่างน้ำสมุนไพรและข้าวต้มมัด
- 10.00 น. เดินทางไปยังสะพานมิตรภาพแห่งที่ 3 เพื่อชมวิถีชีวิตการค้าขายของตลาดอินโดจีน
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์วัฒนธรรมไทแสก
- 13.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์หัตถกรรมหมู่บ้านทำกูป (หมวกงอบ)
- 14.00 น. ลงเรือชมวิถีชีวิตชาวประมงในการหาปลา
- 15.00 น. ชมวิถีชีวิตและเรื่องเล่าจากปราชญ์ชาวบ้าน
- 16.00 น. ปั่นจักรยาน ชมภูมิทัศน์และวิถีชุมชนของชาวไทแสก
- 18.00 น. ทำพิธี (เย็น)สู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศูนย์วัฒนธรรมไทแสกรับประทานอาหารเย็นและร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทแสก โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทแสก เช่น เมี่ยงไทแสก (เมี่ยงตาสวด) ปลาจุ่ม ปลาเผาเผา เป็นต้น ชมกิจกรรมการแสดงต่างๆ เช่น แสกเต้นสากและการแสดงรำวงต่างๆ
- 20.00 น. สัมผัสที่พักแบบโฮมสเตย์และพักผ่อนตามอัธยาศัย

##### วันที่ 2

- 06.00 น. ตักบาตรข้าวต้มมัดพร้อมชมพระอาทิตย์ขึ้น
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ข้าวต้ม – ข้าวจี – ชา กาแฟ โอวัลติน

- 08.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกพร้อมรับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
  - การละเล่นพื้นบ้านสะบ้า
  - การละเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก
  - การละเล่นพื้นบ้านการวิ่งกะลามะพร้าว
- 10.00 น. เดินทางเข้าชมพิพิธภัณฑ์โอจิมินท์ หมู่บ้านมิตรภาพ ไทย-เวียดนาม
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่หมู่บ้านไทย-เวียดนาม
- 13.00 น. ส่งนักท่องเที่ยวเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา ต่อท่าน 799บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 699 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

**เบอร์ติดต่อประสานงาน**

1. คุณอรุณทิพย์ ป. ณ นครพนม 087-9531319 ประธานสภาวัฒนธรรมตำบล
2. คุณอาทิตย์ วงษ์คะสุ่ม 089-8632240 รองประธานสภาวัฒนธรรมตำบล

**(6) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทข้า/บรู**  
**การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทข้า/บรู**

ดังแสดงในภาพที่ 2.7

**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ผู้นำโขง**

**เส้นทางที่ 6** การเดินทางเข้าสู่ตำบล เข้าได้ 2 ทาง - เข้าทาง อ.ชะอี จ.มุกดาหาร และ อ.หลวง จ.กาฬสินธุ์  
 - เข้าทาง อ.เมือง จ.มุกดาหาร และ อ.นาแก จ.นครพนม

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
 กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทค่า 1 วัน  
 เวลา  
 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวหน้าวัดโคกสว่างพร้อมด้วยดอกไม้ประดิษฐ์และขบวนแห่กองยาว  
 09.00 น. ทำพิธีสู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรต่างๆ  
 ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทค่า  
 - การละเล่นนกกุ้ง  
 - การละเล่นหมากเก็บ  
 - การละเล่นนักษัตร

10.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์ผ้าของชุมชน  
 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันวัดโคกสว่างพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
 ร่วมกับชาวไทค่า โดยการประกอบอาหารประจำท้องถิ่นเผ่าไทค่าเช่น หมอน้อยฆ่าบาง อัวบง เป็นต้น  
 และชมการแสดง พิธีอันธพาล รำวงสามัคคี

13.30 น. เดินทางชมวิถีชุมชนรอบหมู่บ้านโดย รถอีแต๋น พร้อมชมสวนดอกไม้ เช่น ดอกดาวกระจาย ดอกชินเวียร  
 15.00 น. เดินทางเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชมการเลี้ยงหมูพื้นเมืองหรือหมูก๊อ  
 16.00 น. ช้อของฝากของที่ระลึกพร้อมเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

หมายเหตุ  
 1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท  
 2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น  
 3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

ภาพที่ 2.7 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทข้า/บรู

จากภาพที่ 2.7 ได้เส้นทางที่ 6 กำหนดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า/บรู การเดินทางเข้าสู่ตำบลดงหลวง เข้าได้ 2 ทาง เข้าทาง อ.ชะอี จ.มุกดาหาร และ อ.เขาวง จ.กาฬสินธุ์ เข้าทาง อ.เมือง จ.มุกดาหาร และ อ.นาแก จ.นครพนม เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ นายอาทิตย์ อุ่นไชย 089-7560637 และ นายวิเศษ คำมุงคุณ 093-4098147 โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า/บรู ดังนี้

#### (6.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า/บรู 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า/บรู 1 วัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวหน้าวัดโคกสว่างพร้อมด้วยดอกไม้ประดิษฐ์และชบวนแห่กลองยาว
- 09.00 น. ทำพิธีสู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรร่างต่างๆ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า
  - การละเล่นหมูนลูกข้าง
  - การละเล่นหมากเก็บ
- 10.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์ทอผ้าของชุมชน
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดโคกสว่างพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทเช่า โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทเช่า เช่น หมอน้อยย่านาง อั่วกบ เป็นต้น และชมการแสดง ฟ้อนผีหมอ รำวงสามัคคี
- 13.30 น. เดินทางชมวิถีชุมชนรอบหมู่บ้านโดย รถอีแต๋น พร้อมชมสวนดอกไม้ เช่น ดอกดาวกระจาย ดอกชันเวียร์
- 15.00 น. เดินทางเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชมการเลี้ยงหมูพันธ์พื้นเมืองหรือหมูกี่
- 16.00 น. ชื้อของฝากของที่ระลึกพร้อมเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (6.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวหน้าวัดโคกสว่างพร้อมด้วยดอกไม้ประดิษฐ์และชบวนแห่กลองยาว
- 09.00 น. ทำพิธีสู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรร่างต่างๆ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทเช่า
  - การละเล่นหมูนลูกข้าง
  - การละเล่นหมากเก็บ

- 10.00 น. เดินทางเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชมการเลี้ยงหมูพันธุ์พื้นเมืองหรือหมูก๊  
 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดโคกสว่าง  
 13.30 น. เดินทางชมวิถีชุมชนรอบหมู่บ้านโดย รถอีแต๋น พร้อมชมสวนดอกไม้ เช่น ดอกดาวกระจาย ดอกชันเวียร์  
 16.00 น. ปั่นจักรยานรอบๆหมู่บ้านชมวิถีชุมชน  
 18.00 น. รับประทานอาหารเย็นพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทข่า โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทข่าเช่น หมอน้อยย่านาง อั่วกบ เป็นต้น และร่วมกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ การบายศรีสู่ขวัญ การแสดงผีหมอ รำวงย้อนยุค เป็นต้น  
 20.00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย

## วันที่2

- 06.00 น. ตักบาตรเช้า  
 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ข้าวต้ม – ข้าวจี- ชา กาแฟ โอวัลติน  
 08.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์ทอผ้าของชุมชน  
 10.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์จักสานของชุมชน  
 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน  
 13.00 น. โชว์การแสดง เฆงกลองหางส่งคณะทัวร์

## หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 900 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 799 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

## เบอร์ติดต่อประสานงาน

1. นายอาทิตย์ อุ่นไชย 089-7560637
2. นายวิเศษ คำมุงคุณ 093-4098147

### (7) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง  
ดังแสดงในภาพที่ 2.8

#### การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

**เส้นทางที่ 7** จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข ๑ ถนนพหลโยธิน ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ ๑๐๗ แยกเข้าทางหลวงหมายเลข ๒ ถนนมิตรภาพ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงอำเภอน้ำฝั้น จังหวัดขอนแก่น แยกเข้าทางหลวงหมายเลข ๒๐ ผ่านจังหวัดมหาสารคาม ทางหลวงหมายเลข ๒๑๑ แล้วแยกขวาเข้าสู่จังหวัดกาฬสินธุ์และผ่านจังหวัดสกลนคร ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม ตามทางหลวงหมายเลข ๒๒ วนรอบเกาะประมง ๗๒๐ กิโลเมตรและเดินทางต่อไปยัง ถนนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม ใช้งบประมาณ 30 กม.

**กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์**  
กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง 1 วัน

**เวลา**  
08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ตลาด น.ส.ร. (หนองสังข์ราชบุรี) โดยการพื่อนกอดตุ้มแบบอิสระ พร้อมพวงมาลัยและกล่าวต้อนรับที่วัดสระพังทองหนองสังข์

09.00 น. ทำพิธี (เชิญผู้ว่าฯนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสบู่นิเวศต่างๆ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง

- การละเล่นพื้นบ้านไทกะเลิง
- การละเล่นพื้นบ้านกรือไม้
- การละเล่นนันทิอี่

10.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมสืบชะตาต่ออายุ

10.30 น. ชมศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไทกะเลิง

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดสระพังทองหนองสังข์พร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับชาวไทกะเลิง โดยการประกอบอาหารประจำชุมชนเผ่าไทกะ เช่น อั่วกุนและแกงไก่ใส่หวาย เป็นต้น

13.30 น. เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมการฉายเรือแข่งพร้อมชมภูมิทัศน์รอบหนองน้ำประจักษ์บ้าน

14.30 น. เดินทางสู่พระธาตุศรีคุณหัวไร่พระเจ้าวันเกิดวันแรม

15.30 น. เข้าร่วมและร่วมกิจกรรมการกอดข้าวโยคนคราม

16.00 น. ชื้อของฝากของที่ระลึกพร้อมนักท่องเที่ยวโดยกลุ่มอนุรักษ์และเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

**หมายเหตุ**

1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

ภาพที่ 2.8 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง

จากภาพที่ 2.8 ได้กำหนดเส้นทางที่ 7 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ 107 แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 23 ผ่านจังหวัดมหาสารคาม ทางหลวงหมายเลข 213 แล้วแยกขวาเข้าสู่จังหวัดกาฬสินธุ์และผ่านจังหวัดสกลนคร ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม ตามทางหลวงหมายเลข 22 รวมระยะทางประมาณ 740 กิโลเมตรและเดินทางต่อไปยัง ต.หนองสังข์ อ.นาแก จ.นครพนม อีกประมาณ 30 กม. เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ อาจารย์ศิริพงษ์ เหง้าสุวรรณ 089-8438970 และกำนันกะสิน พ้อหาร 083-1485495 โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง ดังนี้

#### (7.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง 1 วัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ตลาด น.ส.ร. (หนองสังข์ราชบุรี) โดยการพื่อนกอดตุ้มแบบอิสระ พร้อมพวงมาลัยและกล่าวต้อนรับที่วัดสระพังทองหนองสังข์

- 09.00 น. ทำพิธี (เอน)สู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรมากมาย ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง
- การละเล่นต๋นบักกะโลก
  - การละเล่นต๋นเครื่องไม้
  - การละเล่นบักอี่
- 10.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมสืบชะตาต่ออายุ
- 10.30 น. ชมศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไทกะเลิง
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดสระพังทองหนองสังข์พร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทข่า โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทข่า
- เช่น อั่วกบและแกงไก่ใส่หวาย เป็นต้น
- 13.30 น. เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมการพายเรือแข่งพร้อมชมภูมิทัศน์รอบหนองน้ำประจำหมู่บ้าน
- 14.30 น. เดินทางสู่พระธาตุศรีคุณไหว้พระประจำวันเกิดวันพุธ
- 15.30 น. เข้าชมและร่วมกิจกรรมการทอผ้าย้อมคราม
- 16.00 น. ซื้อของฝากของที่ระลึกพร้อมส่งนักท่องเที่ยวโดยกลอนสรภัญญะและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (7.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ตลาด น.ส.ร. (หนองสังข์ราชบำรุง) โดยการพื่อนกองต๋มแบบอิสระ พร้อมพวงมาลัยและกล่าวต้อนรับที่วัดสระพังทองหนองสังข์
- 09.00 น. นักท่องเที่ยวพร้อมกันที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรมากมาย ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง
- การละเล่นต๋นบักกะโลก
  - การละเล่นต๋นเครื่องไม้
  - การละเล่นบักอี่
- 10.00 น. ชมศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไทกะเลิง
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดสระพังทองหนองสังข์
- 13.30 น. เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมการพายเรือแข่งพร้อมชมภูมิทัศน์รอบหนองน้ำประจำหมู่บ้าน
- 14.30 น. เข้าชมและร่วมกิจกรรมการทอผ้าย้อมคราม

- 15.30 น. ชมการเลี้ยงโคขุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- 16.00 น. นั่งรถซาเล้ง ชมภูมิทัศน์และวิถีชุมชนของชาวหนองสังข์
- 17.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทกะเลิง โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทซาเช่น อั่วกบและแกงไก่ใส่หวาย เป็นต้น
- 18.00 น. ทำพิธี (เ็น)สู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญวัดสระพังทองหนองสังข์พร้อมรับประทานอาหารเย็นและชมกิจกรรมการแสดง เช่น รำวงย้อนยุค หมอลำย้อนยุค
- 20.00 น. สัมผัสที่พักแบบโฮมสเตย์และพักผ่อนตามอัธยาศัย

## วันที่2

- 06.00 น. ตักบาตรเช้า
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ข้าวต้ม – ข้าวจี๋- ซา กาแฟ โอวัลติน
- 08.00 น. เข้าร่วมพิธีสืบชะตา ต่ออายุค้ำโพธิ์-ค้ำไฮ (ค้ำโพธิ์-ค้ำไทร)
- 10.00 น. ชมสินค้าและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. ส่งนักท่องเที่ยวโดยกลอนสรภัญญะและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

## หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 900 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 799 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

## เบอร์ติดต่อประสานงาน

1. อาจารย์ศิริพงษ์ เหง้าสุวรรณ 089-8438970
2. กำนันกะสิน พ่อหาร 083-1485495



(8) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย  
 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย  
 ดังแสดงในภาพที่ 2.9

การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

**เส้นทางที่ 8** ที่ตั้ง วัดคามวาสี บ้านโนน หมู่ 8 ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ห่างจาก อ.เมือง ประมาณ 28 กม. โดยใช้เส้นทางการเดินทางผ่านอำเภออาจสามารถไปยังอำเภอท่าอุเทน

**กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์**  
 กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทย้อย/ญ้อ 1 วัน  
 เวลา  
 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยการพ่อนและการแห่ดอกไม้วัฒนธรรมประจำถิ่นของชาวไทย้อย  
 09.00 น. เข้ากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อยพร้อม  
 รับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด  
 - การละเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก  
 - การละเล่นพื้นบ้านวังกระโป  
 - การละเล่นพื้นบ้านยี่ง่าแอบ  
 10.00 น. เดินทางไปชมบ่อเกลือสินเทา (เกลือซึกา) เข้าร่วมกิจกรรมการดับเกลือสินเทา  
 11.00 น. ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกับชาวไทย้อย โดยการประกอบอาหารประจำ  
 ของชนเผ่าไทย้อย เช่น หมกจิก เป็งอ้วปลา แจ่วปม เป็นต้น  
 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน  
 13.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านกลาง ตำบลโนนตาล เช่น ครก แจกกัน โห  
 14.30 น. เดินทางเข้าชมสิการพระธาตุโนนตาล ซึ่งเป็นโบราณสถานประจำตำบลโนนตาล  
 15.00 น. ชมวิถีชีวิตชาวไทย้อย เช่น กลุ่มจักสาน กลุ่มกอผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่จากไหมประดิษฐ์  
 (ชุดประจำกลุ่มไทย้อยประยุกต์)  
 16.00 น. ชื้อของฝากของที่ระลึกพร้อมส่งนักท่องเที่ยวที่ศูนย์วัฒนธรรมไทย้อย  
 หมายเหตุ  
 1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท  
 2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น  
 3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

ภาพที่ 2.9 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย

จากภาพที่ 2.9 ได้กำหนดเส้นทางที่ 8 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย ที่ตั้ง วัดคามวาสี บ้านโนน หมู่ 8 ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ห่างจาก อ.เมือง ประมาณ 28 กม. โดยใช้เส้นทางเดินทางผ่าน ตำบลอาจสามารถไปยังอำเภอท่าอุเทน เบอร์ติดต่อประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ คุณพ่อธีรัช สุวรรณมาโจ 080-4030249 และนางปราณี ศรีมงคล 085-2155040 โดยมีรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย ดังนี้

(8.1) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย 1 วัน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อย 1 วัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยการพ่อนและการแห่ดอกไม้วัฒนธรรมประจำถิ่นของชาวไทย้อย
- 09.00 น. เข้ากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อยพร้อมรับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
  - การละเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก
  - การละเล่นพื้นบ้านวังกระโป
  - การละเล่นพื้นบ้านยี่ง่าแอบ

- 10.00 น. เดินทางไปชมบ่อเกลือสินเทา (เกลือขี้ทา) เข้าร่วมกิจกรรมการต้มเกลือสินเทา
- 11.00 น. ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทยอ้อย โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทยอ้อย เช่น หมกจ๊ก ปิ้งอั่วปลา แจ่วป่น เป็นต้น
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านกลาง ตำบลโนนตาล เช่น ครก แจกัน ไห
- 14.30 น. เดินทางเข้ามัสการพระธาตุโนนตาล ซึ่งเป็นโบราณสถานประจำตำบลโนนตาล
- 15.00 น. ชมวิถีชีวิตชาวไทยอ้อย เช่น กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้าฝ้าย ฝ้ายมัดหมี่ทอจากไหมประดิษฐ์ (ชุดประจำกลุ่มไทยอ้อยประยุกต์)
- 16.00 น. ชื่อของฝากของที่ระลึกพร้อมส่งนักท่องเที่ยวที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยอ้อย

#### หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 599 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 499 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

#### (8.2) กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอ้อย 2 วัน 1 คืน

กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอ้อย 2 วัน 1 คืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### วันที่ 1

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยการพ่อนและการแห่ดอกไม้วัฒนธรรมประจำถิ่นของชาวไทยอ้อย
- 09.00 น. เข้ากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอ้อยพร้อมรับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
- การเล่นพื้นบ้านชาโลกเถก
  - การเล่นพื้นบ้านวังกระโป
  - การเล่นพื้นบ้านยิงฝาแอบ
- 10.00 น. เดินทางไปชมบ่อเกลือสินเทา (เกลือขี้ทา) เข้าร่วมกิจกรรมการต้มเกลือสินเทา
- 11.00 น. ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทยอ้อย โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทยอ้อย เช่น หมกจ๊ก ปิ้งอั่วปลา แจ่วป่น เป็นต้น
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านกลาง ตำบลโนนตาล เช่น ครก แจกัน ไห
- 14.30 น. เดินทางเข้ามัสการพระธาตุโนนตาล วังเป็นโบราณสถานประจำตำบลโนนตาล
- 15.00 น. ชมวิถีชีวิตและเรื่องเล่าจากปราชญ์ชาวบ้าน
- 16.00 น. ปั่นจักรยาน ชมภูมิทัศน์และวิถีชุมชนของชาวไทยอ้อย

- 18.00 น. ทำพิธี (เ็น)สู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญวัดสระพังทองหนองสังข์พร้อม  
รับประทานอาหารเย็นและชมกิจกรรมการแสดงต่างๆ เช่น รำวงสามัคคี รำวงย่นยุค  
และรำวงไทยย้อน
- 20.00 น. สัมผัสที่พักแบบโฮมสเตย์และพักผ่อนตามอัธยาศัย

## วันที่2

- 06.00 น. ตักบาตรข้าวต้มมัดพร้อมชมพระอาทิตย์ขึ้น
- 07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ข้าวต้ม – ข้าวจี๋- ชา กาแฟ โอวัลติน
- 08.00 น. ชมวิถีชีวิตชาวไทยย้อน เช่น กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้าฝ้าย ฝ้ายมัดหมี่ทอจากไหมประดิษฐ์ (ชุด  
ประจำกลุ่มไทยย้อนประยุกต์)
- 10.00 น. ชมสินค้าและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. ส่งนักท่องเที่ยวเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

## หมายเหตุ

1. ราคา ต่อท่าน 799บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 699 บาท
2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

## เบอร์ติดต่อประสานงาน

1. ครูพ่อธีรช สุวรรณมาโจ 080-4030249
2. นางปราณี ศรีมงคล 085-2155040

## (9) การบูรณาการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โปรแกรมนำเที่ยวการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง  
8กลุ่มชาติพันธุ์ 4 วัน 3 คืน จังหวัดเลย-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดนครพนม-จังหวัดมุกดาหาร  
โดยมีรายละเอียดดังนี้

## วันที่ 1

- 08.00 - 09.00 น. เดินทางถึงกลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย ต้อนรับ  
นักท่องเที่ยว โดยการปัสัญลักษณ์หัวใจไทดำพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำการละเล่นพื้นบ้าน (มะกอน)  
พร้อมรับประทานอาหารว่าง
- 09.00 - 10.00 น. ฟังบรรยายและกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว
- 10.00 - 11.00 น. เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำตุ้มนก-ตุ้มหนูและกิจกรรมอื่นๆ
- 12.00 - 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง  
สร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทดำ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทดำ เช่น  
ลาบ มะเขือ จีบผัก เป็นต้น

- 13.00 - 14.30 น. ออกเดินทางไปยังจังหวัดหนองคายต้อนรับคณะนักท่องเที่ยวการแสดงชุด “ไทยพวน ม่วนซื่น”
- 14.30 - 15.30 น. ออกเดินทางสู่วัดอรัญบรรพต ชม พิพิธภัณฑสถานและเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ และกราบนมัสการรูปเหมือนหลวงปู่เหรียญ วรลาโภ เกจิอาจารย์ที่มีศิษยานุศิษย์มากมาย มีชื่อเสียงด้านวิปัสสนา (รับประทานอาหารว่างที่วัด)
- 15.30 - 16.00 น. ออกเดินทางสู่จุดผ่อนปรนไทย-ลาว พร้อมชมพระพิฆเนศ (ไม้ตะเคียน) และชมการขนส่งสินค้าแบบวิถีชาวบ้าน
- 16.30 - 18.00 น. เดินชมทัศนียภาพริมโขงบริเวณดอนชิงชู พร้อมฟังประวัติหมู่บ้านและร่วมกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัปะรด เช่น สัปะรดกวน ลูกหยีสัปะรด เป็นต้น
- 18.00 - 20.00 น. รับประทานอาหารจากฝีมือนักท่องเที่ยวร่วมกับชาวบ้านและร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การประกอบอาหารที่ขึ้นชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน เช่น แจ่วมะเขือเทศ นึ่งปลา เป็นต้นพร้อมชมการแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยพวน
- 20.00 - 21.00 น. พักผ่อนตามอรัญาศัย ณ โฮมสเตย์บ้านไทยพวน

## วันที่ 2

- 06.00 - 07.00 น. ทำบุญตักบาตรข้าวเหนียว พร้อมรับประทานอาหารเช้า
- 08.00 - 10.00 น. ออกเดินทางไปยังจังหวัดนครพนม
- 10.30 - 11.00 น. ตั้งแถว ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยพวงมาลัยหรือดอกไม้ ผ้าเย็น พร้อมพ่อนซึ่งต้อนรับนักท่องเที่ยว นำนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์การเล่นพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้
- เล่นหมากกระแต้
  - เดินขาโลกเเกก
  - การเล่นเกมเดินกะโป้ (เดินกะลามะพร้าว)
- 11.00 - 11.30 น. เดินทางเข้าชมศูนย์หัตถกรรมจักสานและกลุ่มทอผ้า
- 11.00 - 12.00 น. เดินทางเข้าชมสวนสมุนไพรท้องถิ่น ดื่มน้ำสมุนไพรที่วัดป่าหนองกุง
- 12.00 - 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดโนนทรายพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทโส้ โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทโส้
- 13.00 - 14.00 น. ออกเดินทางไปยังอำเภอท่าอุเทนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยการพ่อนและการแห่ดอกไม้วัฒนธรรมประจำถิ่นของชาวไทย้อ
- 14.00 - 15.00 น. เข้ากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อพร้อมรับประทานอาหารว่าง น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
- การเล่นเกมพื้นบ้านขาโลกเเกก
  - การเล่นเกมพื้นบ้านวิ่งกระโป้

- การละเล่นพื้นบ้านยิงฝาแอบ
- 15.30 - 16.00 น. เดินทางเข้ามัสการพระธาตุโนนตาล ซึ่งเป็นโบราณสถานประจำตำบลโนนตาล
- 16.00 - 16.30 น. เดินทางไปชมบ่อเกลือสินเทา (เกลือขี้ทา) เข้าร่วมกิจกรรมการต้มเกลือสินเทา
- 17.00 - 18.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านกลาง ตำบลโนนตาล เช่น ครก แจกัน ไหและชมวิถีชีวิตชาวไทย้อ เช่น กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ทอจากไหมประดิษฐ์ (ชุดประจำกลุ่มไทย้อประยุกต์)
- 18.00 - 20.00 น. ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทย้อ โดยการประกอบอาหาร ประจำของชนเผ่าไทย้อ เช่น หมกจ๊ก ปิ้งอ้วปลา แจ่วป่น เป็นต้น

### วันที่ 3

- 06.30 - 07.00 น. ทำบุญตักบาตรข้าวต้มมัด พร้อมรับประทานอาหารเช้า
- 08.00 - 09.00 น. ออกเดินทางไปยังกลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทแสก
- 09.00 - 10.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว หน้าวัดมงคลบุรีศักดิ์ดาราม พร้อมดอกไม้หรือพวงมาลัย
- 10.00 - 11.00 น. เดินทางไปยังศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกชมการแสดง แสกเต้นสากและเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญพร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก พร้อมรับประทานอาหารเช้า น้ำสมุนไพร-ข้าวต้มมัด
  - การละเล่นพื้นบ้านสะบ้า
  - การละเล่นพื้นบ้านชาโถกเถก
  - การละเล่นพื้นบ้านการวิ่งกะลามะพร้าว
- 11.00 - 12.00 น. เดินทางไปยังศาลเจ้าพ่อองค์อยู่ และลงเรือชมวิถีชีวิตชาวประมงในการหาปลา
- 12.00 - 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยแสกร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทแสก โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทแสก เช่น เมี่ยงไทแสก (เมี่ยงตาสวด) ปลาจุ่ม ปลาเผาเผา เป็นต้น
- 13.00 - 14.00 น. ออกเดินทางไปยังกลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า
- 14.00 - 15.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวหน้าวัดโคกสว่างพร้อมด้วยดอกไม้ประดิษฐ์และชบวนแห่กลองยาวทำพิธีสู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัดและน้ำสมุนไพรต่างๆ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า
  - การละเล่นหมนลูกข้าง
  - การละเล่นหมากเก็บ
- 15.00 - 16.00 น. เดินทางเข้าชมและร่วมกิจกรรมที่ศูนย์ทอผ้าของชุมชน
- 17.00 - 18.00 น. เดินทางชมวิถีชุมชนรอบหมู่บ้านโดย รถอีแต่น พร้อมชมสวนดอกไม้ เช่น ดอกดาวกระจาย ดอกชันเวียร์
- 18.00 - 20.00 น. รับประทานอาหารเย็นที่วัดโคกสว่างพร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทข่า โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทข่า เช่น หมอน้อยย่านาง อ้วกบ เป็นต้น และชมการแสดง ฟ้อนผีหมอ รำวงสามัคคี

20.00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัยที่โฮมสเตย์ในชุมชน

#### วันที่ 4

- 06.30 - 07.00 น. ทำบุญตักบาตรข้าวเหนียว พร้อมรับประทานอาหารเช้า
- 08.00 - 09.00 น. ออกเดินทางไปยังกลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง
- 09.00 - 10.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ตลาด น.ส.ร. (หนองสังข์ราชบุรี) โดยการพ่อนกขลุ่ยแบบอิสระ พร้อมพวงมาลัยและกล่าวต้อนรับที่วัดสระพังทองหนองสังข์
- 10.00 - 11.00 น. ทำพิธี (เอ็ง)สู่ขวัญนักท่องเที่ยวที่ศาลาการเปรียญพร้อมอาหารว่าง ข้าวต้มมัด และน้ำสมุนไพรต่างๆ ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง
- การละเล่นเต้นบักกะโลก
  - การละเล่นเต้นเครื่องไม้
  - การละเล่นบักอี
- 11.00 - 12.00 น. เข้าร่วมกิจกรรมสืบชะตาต่ออายุ
- 12.00 - 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่วัดสระพังทองหนองสังข์พร้อมร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทข่า โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทข่าเช่น อั่วกบและแกงไก่ใส่หวาย เป็นต้น
- 13.00 - 15.00 น. ออกเดินทางไปยังกลุ่มชาติพันธุ์ภูไท
- 15.00 - 16.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมฟังบรรยายสรุปที่ศูนย์เรียนรู้ชมกิจกรรมวิถีสังคมความเป็นอยู่ในเรื่องของวิถีเศรษฐกิจชุมชน
- 16.00 - 17.00 น. เดินทางเข้าเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ชุมชน 5 ฐาน ดังนี้
- ฐานที่ 1 ลักษณะของพื้นที่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท
- ฐานที่ 2 ทรัพยากรของชาติพันธุ์ภูไท
- ทรัพยากรทางธรรมชาติ
  - โบราณสถาน และโบราณวัตถุของชุมชน
- ฐานที่ 3 ประเพณีและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ภูไท
- บ้านเรือนพื้นถิ่นลักษณะเฉพาะของบ้านเรือนพื้นถิ่น
  - ภาษาถิ่น และ/ หรือ ภาษาชาติพันธุ์
  - การแต่งกายของชนเผ่า
  - วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร
  - ศิลปะการแสดง
  - ความเชื่อ แนวปฏิบัติของสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล
  - งานช่างฝีมือดั้งเดิม
- ฐานที่ 4 ฐานเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชาติพันธุ์ภูไท
- การละเล่นดินมะบ้า (การละเล่นสะบ้า)
  - การละเล่นหมากเก็บ

- การละเล่นชาโลกเถก
  - ฐานที่ 5 การบริหารจัดการของชุมชนชาติพันธุ์ภูไท
  - การนับถือผู้อาวุโส
  - บุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ
- 18.00 - 19.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ที่ศูนย์เรียนรู้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวภูไท โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าภูไท เช่น อ่อมห้วยไส้ไก่ แจ่วซ้อมภูไท เป็นต้น
- 19.00 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

#### หมายเหตุ:

1. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น ความต้องการของนักท่องเที่ยว อากาศ วัน-เวลา เป็นต้น

### 2.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจการท่องเที่ยว

#### 2.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

สถานการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากความคิดเห็นผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีรายละเอียดดังนี้

(1) เห็นด้วย เกี่ยวกับ การมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition) ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) ปัจจัยเอื้ออื่นๆ (Other Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Condition) ปัจจัยภาครัฐ (Government)

(2) เห็นด้วย เกี่ยวกับ ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน การสร้างงานให้กับประชาชนในชุมชน เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน รายได้ที่เพิ่มขึ้นของชุมชนจากธุรกิจการท่องเที่ยว และการเพิ่มพูนทักษะและความรู้ของประชาชนในชุมชน

(3) เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยด้านอุปสงค์ ด้านปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยง ด้านปัจจัยด้านความพร้อม ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

(4) อายุ แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแตกต่างกัน โดยผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่ม ชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ที่มีอายุ 30-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต และด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี

(5) ชาติพันธุ์ แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแตกต่างกัน โดยผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ที่มีชาติพันธุ์ภูไท/ภูไท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต และด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีชาติพันธุ์อื่นๆ

(6) ชาติพันธุ์ไทดำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต และด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีชาติพันธุ์ข่า แสก กะเลิง ญ้อ พวน และโส้

### 2.3.2 กำหนดสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

กำหนดสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยวตามความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

กลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง	ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ไทดำ	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทพวน	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจคมนาคมขนส่ง
ไทโส้	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม
ไทญ้อ	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทแสก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจที่พักแรม
ไทกะเลิง	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม
ไทข่า	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ภูไท	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว



### 2.3.3 แนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

แนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

#### (1) การกำหนดวิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ หมายถึง ความสามารถที่มองเห็นภาพรวมและภาพย่อยในอนาคตของเรื่องต่างๆโดยอาจเป็นช่วงระยะ 5 ปีข้างหน้า 10 ปีข้างหน้าหรือเวลาที่ยาวนานกว่านั้น

ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในอดีตที่ผ่านมาเป็นความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกเป็นสำคัญ เช่น จากภาวะเอื้ออำนวยของตลาดการท่องเที่ยวโลก (Demand Side) การขยายตัวของการท่องเที่ยว inbound โดยเฉพาะจากประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง เช่น ประเทศจีน การขยายตัวทางเศรษฐกิจจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ AEC ฯลฯ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยขยายตัวในเกณฑ์สูง

อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตนั้นประเทศไทยจะยังคงระบบแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระบบมหภาคและระดับจุลภาคของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในเชิงรับดังเช่นที่ผ่านมาแล้ว ประเทศไทยหรือชุมชนชาติพันธุ์ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยวของตลาดโลกและภูมิภาคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่การท่องเที่ยวโดยรวมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของประเทศไทยจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ทางการแข่งขันขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพการแข่งขันของประเทศไทยและของชุมชนชาติพันธุ์ได้อย่างชัดเจน อันจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและการกำหนดแผนปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ที่จะประกอบและแนวทางเพื่อให้ประเทศไทยและของชุมชนชาติพันธุ์สามารถก้าวไปสู่จุดหมายแห่งความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่ต้องการได้

วิสัยทัศน์เพื่อการแข่งขันของการท่องเที่ยวโดยรวมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของประเทศไทยที่ควรจะเป็น คือ การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน (ประชาชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ฯลฯ) ที่จะทำงานร่วมกันในลักษณะของทีมงานเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้มีประสิทธิภาพทางการผลิตผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยยังคงความเดิมแท้ของชุมชนไว้ มีการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่สูงขึ้นและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้มากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายรูปแบบ เป็นต้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดความสำเร็จในชุมชนจากการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มากขึ้น อาทิ การสร้างงานให้กับประชาชนในชุมชน การส่งเสริมการดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความเดิมแท้ของชุมชน การเพิ่มการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชน และทักษะและความรู้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้น

## (2) การกำหนดอุดมการณ์แห่งชุมชน

อุดมการณ์ คือ ศูนย์รวมแห่งความคิดและความเชื่อของคนในสังคมต่างๆ โดยสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของพฤติกรรมหรือการแสดงออกที่มีต่อสถานการณ์แวดล้อมที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงควรมีการกำหนดอุดมการณ์แห่งชุมชนที่สำคัญพร้อมทั้งสร้างแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้อุดมการณ์ดังกล่าวฝังตัวอยู่ในแนวความคิดของประชาชนในชุมชน และสามารถสะท้อนออกมาให้เห็นโดยเด่นชัด จากพฤติกรรมการแสดงออก และจากแนวทางในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชน โดยอุดมการณ์สำคัญที่ควรปลูกฝังให้เกิดขึ้น ได้แก่ 1. การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนโดยผ่าน ภาษา วัฒนธรรม ความเชื่อ และประเพณีปฏิบัติที่สืบทอดกันมา 2. ความเชื่อสุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ส่วนตัว คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของกลุ่มซึ่งจะทำให้ชุมชนเป็นชุมชนที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความไว้วางใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนอย่างประทับใจอยู่เสมอ 3. ปลูกฝังการรักษาความสะอาด สุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน การคงไว้ซึ่งสภาวะและสิ่งแวดล้อมดั้งเดิมของชุมชน 4. การรักษาความปลอดภัยของแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยว 5. การมีระเบียบวินัย และการเคารพในกติกาที่กำหนดไว้ของชุมชน จะทำให้การพัฒนาในด้านต่างๆเป็นไปอย่างรวดเร็ว และด้วยความราบรื่นยิ่งขึ้น โดยมีการกำหนดบทบาทของผู้นำชุมชนอย่างชัดเจนในการเป็นผู้นำในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์โดยผู้นำจะต้องเป็นผู้ร่วมมือกับประชาชนในชุมชนในการกำหนดเส้นทางเดินของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง

## (3) การกำหนดภารกิจที่ชัดเจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงนั้น จากการศึกษาเมื่อประเมินโอกาสและอุปสรรคอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศผนวกเข้ากับจุดอ่อนและจุดแข็งที่มีอยู่ จึงควรกำหนดภารกิจสำคัญ คือ “การเป็น hub ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้ได้ภายในปี 2563 (เชื่อมโยงกับ สปป ลาวและเวียดนาม)”

การกำหนดภารกิจดังกล่าว นับว่าเป็นภารกิจที่ท้าทายความสามารถในการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบัน สปป ลาว และเวียดนาม ก็ได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวไปมากเช่นกันเช่น เวียดนามก็ได้เริ่มพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้สูงขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะจากต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น แต่การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงมีลักษณะพิเศษคือมีประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ประเพณี ความเชื่อและความเชื่อมโยงกันทั้งสามประเทศ จึงเป็นโอกาสที่จะพัฒนาความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในสามประเทศขึ้นมาได้

ด้วยเหตุนี้ ความมุ่งมั่นที่จะ “ก้าวขึ้นสู่การเป็น hub ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้ได้ภายในปี 2563” จะเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญที่จะทำให้ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนทรابطทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่ชัดเจนเพื่อประสานความร่วมมือในการดำเนินการด้านต่างๆเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

#### (4) การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การส่งเสริมพัฒนาการของธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสูงให้สามารถพัฒนาระดับการผลิตให้สูงขึ้น มีความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้นแต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความเดิมแท้ของชุมชนควบคู่กันไป ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชนเพิ่มการจ้างงานและเพิ่มพูนความรู้และทักษะในกับประชาชนในชุมชน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เสนอแนะแนวทางของกลยุทธ์ไว้หลากหลายตามที่แสดงไว้ในส่วนของผลการศึกษา

#### (5) แนวทางการพัฒนาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

จากพื้นฐานของพัฒนาการการท่องเที่ยว ความเหมือน ความต่าง ความโดดเด่นในแต่ละธุรกิจ และปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆของแต่ละชาติพันธุ์ที่ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยการทำ Tourism Cluster Development โดยแบ่งกลุ่มพัฒนาออกเป็น 3 กลุ่มคือ

(5.1) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจที่พักแรม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท และกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ เนื่องจากสองกลุ่มชาติพันธุ์นี้มีการพัฒนาในธุรกิจที่พักแรมไปเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆโดยได้ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยวและมีระบบการจัดการภายในชุมชนของโฮมสเตย์ที่ดีมาก

(5.2) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ (โซ) กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน กลุ่มชาติพันธุ์ไทญ้อ กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง และกลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า/บูร เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆแล้วพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้มีความโดดเด่นในธุรกิจสินค้าที่ระลึกมากที่สุดโดยมีศักยภาพและความสามารถในการแปลงทุนวัฒนธรรมที่หลากหลายของแต่ละชุมชนให้เป็นสินค้าที่ระลึกได้เป็นอย่างดี

(5.3) กลุ่มที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกเนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆแล้วพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีความโดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดโดยมีวัฒนธรรมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสกมีสถานที่ตั้งของชุมชนติดกับริมฝั่งโขงซึ่งมีทัศนียภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนที่เอื้อต่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

### 2.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาในรูปแบบกลุ่มใหญ่ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และมีการติดต่อกับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงไว้ล่วงหน้าก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว โดยในปี 2014 มีกลุ่มคณะนักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนภูไท บ้านภู อ.หนองสูง จ.มุกดาหาร จำนวนทั้งสิ้น 115 คณะ และมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทย ได้มีการรวมกลุ่มจังหวัดในชื่อ "สนุก" ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดสกลนคร มุกดาหาร และนครพนม เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว ชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมถึงคณะทัวร์ต่างๆ เพื่อดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวเข้ามาหมุนเวียนภายในกลุ่มจังหวัด พร้อมสร้างจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประจำจังหวัด จุดซื้อของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดโครงการยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ เชิงเกษตรอินทรีย์ กลุ่มจังหวัดสนุก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า ส่วนสถานการณ์การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงมีการสร้างแบรนด์ประเภทต่างๆ คือ แบรนด์ที่นำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว (Consumer Product Brands) แบรนด์ที่นำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว (Service Brands) แบรนด์ที่นำเสนอสถานที่สู่นักท่องเที่ยว (Place Brands) แบรนด์ที่นำเสนอใจความสำคัญของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว (Thematic Brands) และแบรนด์ที่นำเสนอการจัดอีเวนต์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ (Events: Reinforcing the Brand) ทั้งนี้ เมื่อศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์ของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีกระบวนการ การระบุกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบแบรนด์ การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ และการปฏิบัติการสร้างแบรนด์ แต่กระบวนการยกระดับแบรนด์และการบริหารคุณค่าของแบรนด์ ยังไม่พบหลักฐานที่ชัดเจน

แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การกำหนดรูปแบบแบรนด์ที่ใช้เป็นสื่อในการนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยออกแบบโลโก้ให้มีรูปแบบคล้ายทรงใจด้าย เนื่องจาก กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีศิลปะและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทอผ้าที่คล้ายกัน ซึ่งทรงใจด้าย คือ ม้วนด้ายที่ขดพันกัน มีลักษณะคล้ายหมายเลข 8 ดังแสดงในภาพที่ 2.10 อันสื่อถึงชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่า วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน โดยสีทั้ง 8 สื่อถึงเครื่องแต่งกายของชนเผ่าซึ่ง เครื่องแต่งกายสามารถทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนได้ อีกทั้ง สามารถนำแบรนด์นี้ไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อการจัดความยากจน อีกทั้งยังส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ประกอบด้วย ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึกนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ เช่น ชุดแพคเกจสำหรับแจกลูกทัวร์ ชุดอุปกรณ์ที่ใช้อาบน้ำ ชุดจานชาม ชุดชา เสื้อโปโล ชุดเครื่องเขียน เคสมือถือ เคสไอแพด การออกแบบบูธแสดงสินค้า โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเสนอแนะให้มีการพัฒนาแบรนด์ต่อในรูปแบบต่างๆ เช่น ตั๋วรถ หรือตั๋วเครื่องบิน คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน เป็นต้น โดยที่การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ ได้รูปแบบแบรนด์ ให้มีรูปแบบคล้ายหมายเลข 8 อันสื่อถึงชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่า วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน โดยสีทั้ง 8 มีสื่อถึงเครื่องแต่งกายของชนเผ่าซึ่ง เครื่องแต่งกายสามารถทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนได้ ดังนี้

- (1) สีคราม - สีเครื่องแต่งงานของชนเผ่าภูไท
  - (2) สีดำ - เสื้อชนเผ่าไทดำ สีผ้านุ่มชนเผ่าต่างๆ
  - (3) สีเทา (สีเงิน) - เครื่องประดับ เครื่องเงินของชนเผ่าต่างๆ
  - (4) สีขาว - สีของฝ้าย สไบชนเผ่าภูไท
  - (5) สีแดงสด - แถบผ้าคาดชนเผ่าภูไท และสไบชนเผ่าแสก
  - (6) สีแดงหมาก - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า
  - (7) สีเหลือง - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า
  - (8) สีเมืงมะขาม - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า
- ดังแสดงในภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.10 รูปแบบทรงใจด้าย

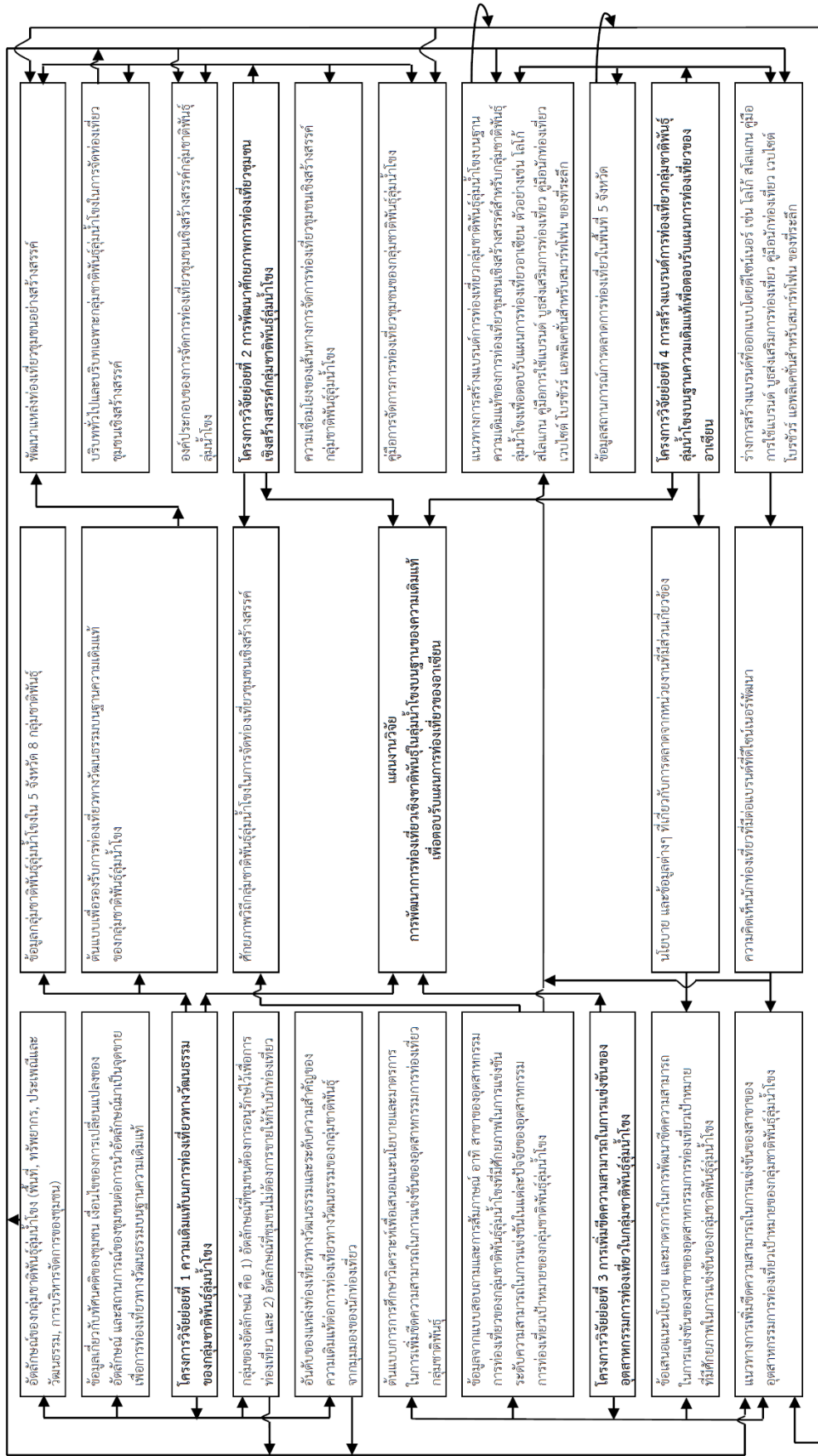


## MEKONG ETHNIC TOURISM

ภาพที่ 2.11 โลโก้แบรนด์การท่องเที่ยว  
กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

2.5 สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชน  
เชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการ  
การท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์  
ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

การสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชน  
เชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการ  
การท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์  
ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ดำเนินการโดยกำหนดต้นแบบ และ  
ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังภาพที่ 2.12



ภาพที่ 2.12 ต้นแบบและความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้สูงอายุ

จากภาพที่ 2.12 พบว่า การศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชน ต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับ ความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และ สร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนด สาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ศึกษาและวิเคราะห์ สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม ชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง สามารถสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาด สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจขอนำแบรนด์ที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ โดยการนำคู่มือการใช้ แบนด์ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แบรนด์ มีรายละเอียด เช่น การใช้โลโก้ ความหมายและคำอธิบายรูปแบบและสีของโลโก้ ขนาดของโลโก้ รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน ตัวอย่าง การใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง การใช้สี การใช้ลวดลายในการประดับและตกแต่ง ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ ดีไซน์ 8 ชาติพันธุ์ที่นำมาออกแบบตกแต่ง และรูปแบบตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวก แก่ผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และ นิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 2.13 – 2.30



ภาพที่ 2.13 แบนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อต่อบรรณการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 2  
คำอธิบาย: ปกหน้าคู่มือการใช้แบนด์ เกี่ยวกับการใช้โลโก้





# Logo

ภาพที่ 2.14 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อต่อบรรณการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 2  
คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบนด์ เกี่ยวกับการใช้โลโก้



# MEKONG ETHNIC TOURISM

## ความหมาย

หมายเลข 8 อันสื่อถึง ชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่า วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ รูปร่างของ 8 ยังแทนรูปทรงใจคล้าย ตัวแทนวัฒนธรรมการทอผ้า และเครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน สีทั้ง 8 สามารถแทนความหมายได้ ดังนี้

1. สีคราม - สีเครื่องแต่งงานของชนเผ่ากูไท
2. สีดำ - เสื้อชนเผ่าไทดำ, สีผ้านุ่มชนเผ่าต่างๆ
3. สีเทา (สีเงิน) - เครื่องประดับ เครื่องเงินของชนเผ่าต่างๆ
4. สีขาว - สีของฝ้าย, สไบชนเผ่ากูไท
5. สีแดงสด - แถบผ้าคาดชนเผ่ากูไท และสไบชนเผ่าแสก
6. สีแดงหมาก - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า
7. สีเหลือง - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า
8. สีเม็ดยะขาม - สีและลวดลายบนตีนผ้าถุงของชนเผ่า

การใช้ตัวอักษรได้แรงบันดาลใจจากเครื่องเงินของหลายๆ ชนเผ่าที่มีความโค้งมนคล้ายหยดน้ำ รวมความหมายแล้ว สื่อถึง การร่วมกันเป็นชุมชนอันเข้มแข็งที่จะสามารถพัฒนาตนเองด้วยการอนุรักษ์วัฒนธรรม และสืบต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 2.15 แปรนัยการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อต่อบริบทแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 3

คำอธิบาย: ความหมายและคำอธิบายรูปแบบ และสีของโลโก้



ภาพที่ 2.16 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 4  
คำอธิบาย: ขนาดของโลโก้

โลโก้พิมพ์สี่สี



MEKONG ETHNIC  
TOURISM

โลโก้ทำแบบตราปั๊ม



MEKONG ETHNIC  
TOURISM

ภาพที่ 2.17 แบนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 5  
คำอธิบาย: รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน เช่น โลโก้การพิมพ์สี่สี และโลโก้ทำแบบตราปั๊ม



ลักษณะการวางโลโก้ไว้บนพื้นสีอ่อนจะทำให้โลโก้มีความเด่นชัดได้ดีที่สุด

ภาพที่ 2.18 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 6  
คำอธิบาย: ลักษณะของการวางโลโก้ไว้บนพื้นสีอ่อนจะทำให้โลโก้มีความเด่นชัดได้ดีที่สุด



หากวางโลโก้ไว้บนพื้นหลังเข้ม ให้เปลี่ยนสีตัวอักษรเป็นสีขาวเพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน



หากวางโลโก้ไว้บนพื้นที่มีลวดลายอัตลักษณ์ ควรวางบนพื้นขาว

**ภาพที่ 2.19** แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 7  
คำอธิบาย: การวางโลโก้ไว้บนพื้นหลังเข้ม ให้เปลี่ยนสีตัวอักษรเป็นสีขาว เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน และหากวางโลโก้ไว้บนพื้นที่มีลวดลายอัตลักษณ์ ควรวางบนพื้นขาว

## EXAMPLES OF INCORRECT LOGO USAGE

ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง



ภาพที่ 2.20 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อต่อบรรณการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 8

คำอธิบาย: ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง



ภาพที่ 2.21 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 9  
คำอธิบาย: ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง





# Color

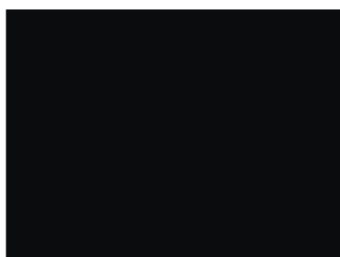
ภาพที่ 2.22 แบรินด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรินด์ หน้าที่ 10  
คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบรินด์ เกี่ยวกับการใช้สี



C = 100 M = 100 Y = 34 K = 29



C = 0 M = 100 Y = 100 K = 0



C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100



C = 27 M = 100 Y = 1000 K = 30



C = 0 M = 0 Y = 0 K = 55



C = 5 M = 38 Y = 100 K = 0



C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0



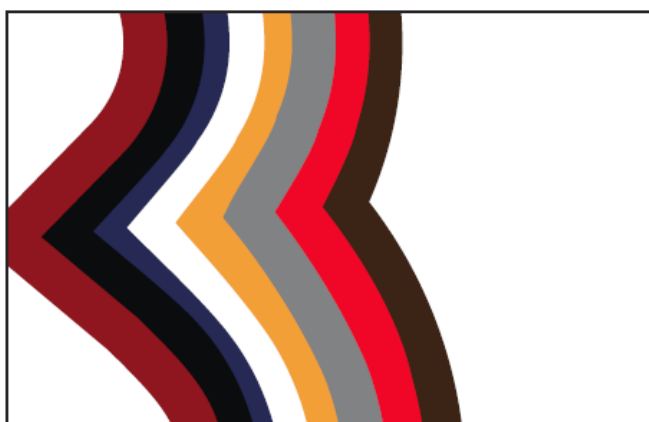
C = 51 M = 71 Y = 82 K = 72

**ภาพที่ 2.23** แบริดการทอ้งเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
 เพื่อตอบรับแผนการทอ้งเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบริด หน้าที่ 11  
 คำอธิบาย: การตั้งค่าสีที่จะนำมาใช้ ซึ่งระบบสี CMYK เป็นระบบสีที่ใช้กับเครื่องพิมพ์ CMYK โดยที่  
 อักษรย่อสามารถอธิบายได้ดังนี้ Cyan (ฟ้าอมเขียว) Magenta (แดงอมม่วง) Yellow (เหลือง)  
 และ Key (สีดำ)

# Ornamental / Pattern

ภาพที่ 2.24 แบรินด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนต์ หน้าที่ 12  
คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบรนต์ เกี่ยวกับการใช้ลวดลายในการประดับ และตกแต่ง

ตัวอย่างการ Crop Pattern จากลวดลายโลโก้  
ที่นำมาตกแต่งเป็นพื้นหลัง



ภาพที่ 2.25 แบนด์การทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 13 คำอธิบาย: ตัวอย่างการ Crop Pattern จากลวดลายโลโก้ที่นำมาตกแต่งเป็นพื้นหลัง

## คาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 ชนเผ่าที่นำมาออกแบบตกแต่ง

### คาร์แรคเตอร์ 8 ชนเผ่า



ไทดำ  
Black tai

พวน  
Phuon



ไทย้อ-ญ้อ  
Tai Yo

ผู้ไท/ภูไท  
Phuthai

ภาพที่ 2.26 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบนด์ หน้าที่ 14

คำอธิบาย: ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 ชนเผ่าที่นำมาออกแบบตกแต่ง

## MEKONG ETHNIC TOURISM



แสก  
Saek

ไทข่า/บรู  
Tai kha



โซ/โส  
So

กะเลิง  
Kaleng

ภาพที่ 2.27 แปรนธ์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 15  
คำอธิบาย: ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 คนเผ่าที่นำมาออกแบบตกแต่ง (ต่อ)

# Font

ภาพที่ 2.28 แบนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 16  
คำอธิบาย: ใบปะหน้าคู่มือการใช้แบรนด์ เกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษร







ภาพที่ 2.30 แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
 เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ของรูปแบบคู่มือการใช้แบรนด์ หน้าที่ 18  
 คำอธิบาย: ปกหลังคู่มือการใช้แบรนด์

จากการสังเคราะห์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว สามารถสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยการนำเสนอคู่มือการใช้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 2.31-2.39



ภาพที่ 2.31 รูปแบบธุรกิจคมนาคมขนส่ง

คมนาคุมข่ง  
MEKONG ETHNIC TOURISM



ภาพที่ 2.31 รูปแบบธุรกิจคมนาคุมข่ง (ต่อ)



ภาพที่ 3.32 รูปแบบธุรกิจนำเที่ยวและมัดคุมเทศก์



ภาพที่ 3.32 รูปแบบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ต่อ)

MEKONG ETHNIC TOURISM



ภาพที่ 3.33 รูปแบบธุรกิจที่พักแรม



ภาพที่ 3.33 รูปแบบธุรกิจที่พักผ่อน (ต่อ)

KICKONG ETHNIC TOURISM



ภาพที่ 3.34 รูปแบบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 3.35 รูปแบบธุรกิจประชุม สัมมนา นิทรรศการ



ภาพที่ 3.6 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเคสโทรศัพท์มือถือ

ของที่ระลึก 8 ขนเผ่า / เครื่องเขียน / สิ่งพิมพ์  
MEKONG ETHNIC TOURISM



ภาพที่ 3.37 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเครื่องเขียน/สิ่งพิมพ์



ภาพที่ 3.38 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทกระเป๋าถือ



ภาพที่ 3.39 รูปแบบธุรกิจของที่ระลึก ประเภทเสื้อผ้า



## บทที่ 3

### สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีสรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะของการวิจัยดังนี้

#### 3.1 สรุปภาพรวมการวิจัย

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีสรุปภาพรวมของการวิจัยดังนี้

3.1.1 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็น จุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของ ความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง พบว่า

(1) อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

(1.1) อัตลักษณ์ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาจากการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์

(1.2) อัตลักษณ์ด้านทรัพยากรของชาติพันธุ์ พิจารณาจากทรัพยากร ทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน / โบราณวัตถุ ที่มี ความพิเศษไม่เหมือนใคร

(1.3) อัตลักษณ์ด้านประเพณีและวัฒนธรรม พิจารณาจากลักษณะบ้านเรือน ภาษา ความเชื่อ การบริโภคอาหาร ศิลปะการแสดง ความเชื่อ พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม ตลอดจน แนวปฏิบัติของสังคมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ

(1.4) อัตลักษณ์ด้านการบริหารจัดการของชุมชน พิจารณาจากการนับถือ ผู้อาวุโสและบุคคลที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือ

(2) ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง คือ ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ทั้งด้าน เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม โดยไทดำมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ภูไท แสก กะเลิง พวน ญ้อ และอันดับสุดท้าย คือ ข่าและส่วย ตามลำดับ ส่วนของอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการ นำเสนอเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การแต่งกาย ภาษา ความเชื่อ อาหาร การทอผ้า จักรสาน ลักษณะบ้านเรือน ประเพณี วิถีชีวิตตามธรรมชาติ และแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

(3) ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่ม ชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง คือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยอัตลักษณ์ของแสก กะเลิง และญ้อ มีความสำคัญต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด นักท่องเที่ยวรับรู้ต่อประสบการณ์ ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยภูไทมีความสำคัญ ต่อความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มากที่สุด และอันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์

ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร รองลงมา คือ หมู่บ้านแสก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

(4) การสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ให้มีจุดยืนทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนออัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่

(4.1) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ในอดีตมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นขอบ

(4.2) การนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตกับการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่น

(4.3) การแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเดิมแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.1 ในบทที่ 2

3.1.2 ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า

(1) ศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่าศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้ง 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และด้านการตลาด และรวบรวมข้อมูลศักยภาพเบื้องต้นของพื้นที่จากเอกสารงานวิจัย เว็บไซต์ต่างๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของพื้นที่ของกลุ่มชาติพันธุ์ สรุปได้ว่า

(1.1) ด้านที่พัก พบว่า กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ ไทแสก และภูไท มีการพัฒนาในธุรกิจที่พักแรมเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ โดยได้ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของกรมการท่องเที่ยว และมีระบบการจัดการโฮมสเตย์ที่ดี

(1.2) ด้านการคมนาคม พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงได้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว และระบบขนส่งมวลชน หรือรถโดยสารสาธารณะ สามารถเข้าถึงพื้นที่ทั้งหมดได้อย่างสะดวก ส่วนสภาพถนนมีลักษณะเป็นถนนลาดยาง และคอนกรีตเสริมเหล็ก

(1.3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น อาหาร การแต่งกาย การละเล่น และประเพณี เป็นต้น

(1.4) ด้านกิจกรรม พบว่า มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยว ได้เยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับ วิถีชีวิตของชุมชน ชมการทอผ้าพื้นเมือง รับประทานอาหารท้องถิ่น สวมชุดแต่งกายประจำชาติพันธุ์ รับชมการละเล่นและประเพณีประจำชาติพันธุ์ แต่ยังคงขาดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน

(1.5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านค้า

(1.6) ด้านความปลอดภัย พบว่า มีการจัดการด้านความปลอดภัยโดยแบ่งเวรยามรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

(1.7) ด้านสุขอนามัย พบว่า ควรได้รับการพัฒนาให้รู้ในด้านต่างๆ เช่น การประกอบอาหาร เป็นต้น

(1.8) ด้านการตลาด พบว่า มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

(2) การกำหนดองค์ประกอบ เกิดจากการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยอนาคตภาพจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการวิจัยเชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้องค์ประกอบในการนำไปพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยมีตัวบ่งชี้ของแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังนี้

- (2.1) การบริการอย่างสร้างสรรค์
- (2.2) กิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- (2.3) การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์
- (2.4) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้กำหนดความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 8 ชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในบทที่ 2 หัวข้อที่ 2.2.3

(4) การพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงทั้ง 8 ชาติพันธุ์ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในบทที่ 2 หัวข้อที่ 2.2.4

2.1.3 สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า

(1) สถานการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากความคิดเห็นผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีรายละเอียดดังนี้

(1.1) เห็นด้วย เกี่ยวกับ การมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

(1.2) เห็นด้วย เกี่ยวกับ ความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อยู่ในระดับมาก

(1.3) เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยด้านอุปสงค์ ด้านปัจจัยด้านกิจกรรมเชื่อมโยง ด้านปัจจัยด้านความพร้อม ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

(1.4) อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แตกต่างกัน

(1.5) ชาติพันธุ์ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แตกต่างกัน

(1.6) ชาติพันธุ์ไทดำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม และเป็นรายด้าน ด้านปัจจัยการผลิต และด้าน

ความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีชาติพันธุ์ข่า แสกก กะเลิง ฉ้อ พวน และโส้

(2) กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยวตามความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ มีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 สาขาธุรกิจท่องเที่ยวตามความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

กลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง	ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
ไทดำ	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทพวน	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจคมนาคมขนส่ง
ไทโส้	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม
ไทฉ้อ	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ไทแสก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจที่พักแรม
ไทกะเลิง	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม
ไทข่า	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว
ภูไท	ธุรกิจที่พักแรม	ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	ธุรกิจนำเที่ยว

(3) แนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดอุดมการณ์แห่งชุมชน การกำหนดภารกิจที่ชัดเจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน (ประชาชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ฯลฯ) ที่จะทำงานร่วมกันในลักษณะของทีมงาน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงให้มีประสิทธิภาพทางการผลิตผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยยังคงความเดิมแท้ของชุมชนไว้ มีการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่สูงขึ้นและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้มากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายรูปแบบ เป็นต้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดความสำเร็จในชุมชนจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มากขึ้น อาทิ การสร้างงานให้กับประชาชนในชุมชน การส่งเสริมการดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความเดิมแท้

ของชุมชน การเพิ่มการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชน และทักษะและความรู้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้น จากพื้นฐานของพัฒนาการการท่องเที่ยว ความเหมือน ความต่าง ความโดดเด่นในแต่ละธุรกิจ และปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆของแต่ละชาติพันธุ์ ทิมผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนา และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยการทำ Tourism Cluster Development โดยแบ่งกลุ่มพัฒนาออกเป็น 3 กลุ่มที่มีศักยภาพ และความโดดเด่น ดังนี้

(3.1) ธุรกิจที่พักแรมได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท และกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ

(3.2) ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทโส้ กลุ่มชาติพันธุ์ไทพวน กลุ่มชาติพันธุ์ไทย้อ กลุ่มชาติพันธุ์ไทกะเลิง และกลุ่มชาติพันธุ์ไทข่า

(3.3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก ซึ่งแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ และทรัพยากรที่หลากหลายแตกต่างกันไปเพื่อให้เหมาะสมกับความโดดเด่นและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

3.1.4 สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า

(1) สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาในรูปแบบกลุ่มใหญ่ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และมีการติดต่อกับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงไว้ล่วงหน้าก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2557 มีกลุ่มคณะนักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนภูไท บ้านภูอ.หนองสูง จ.มุกดาหาร จำนวนทั้งสิ้น 115 คณะ และมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการรวมกลุ่มจังหวัดในชื่อ "สนุก" ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดสกลนคร มุกดาหาร และนครพนม เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมถึงคณะทัวร์ต่างๆ เพื่อดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวเข้ามาหมุนเวียนภายในกลุ่มจังหวัด พร้อมสร้างจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประจำจังหวัด จุดซื้อของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดโครงการยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ เชิงเกษตรอินทรีย์ กลุ่มจังหวัดสนุก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(2) สถานการณ์การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ในพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงมีการสร้างแบรนด์ประเภทต่างๆ คือ แบรนด์ที่นำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว (Consumer Product Brands) แบรนด์ที่นำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว (Service Brands) แบรนด์ที่นำเสนอสถานที่สู่นักท่องเที่ยว (Place Brands) แบรนด์ที่นำเสนอใจความสำคัญของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว (Thematic Brands) และแบรนด์ที่นำเสนอการจัดอีเว้นท์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ (Events: Reinforcing the Brand) ทั้งนี้ เมื่อศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์ของชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีกระบวนการ การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การออกแบบแบรนด์ การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ และการปฏิบัติการสร้างแบรนด์ แต่กระบวนการ การยกระดับแบรนด์และการบริหารคุณค่าของแบรนด์ ยังไม่พบหลักฐานที่ชัดเจน

(3) แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การกำหนดรูปแบบแบรนด์ที่ใช้เป็นสื่อในการนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยออกแบบโลโก้ให้มีรูปแบบคล้ายทรงใจด้าย เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีศิลปะและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทอผ้าที่คล้ายกัน ซึ่งทรงใจด้าย คือ ม้วนด้ายที่ขดพันกันมีลักษณะคล้ายหมายเลข 8 ดังแสดงในภาพที่ 2.10 อันสื่อถึงชนเผ่าทั้ง 8 ชนเผ่า วัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงทั้ง 8 เผ่าไว้ด้วยกัน โดยสีทั้ง 8 มีสื่อถึงเครื่องแต่งกายของชนเผ่า ซึ่ง เครื่องแต่งกายสามารถทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนได้ อีกทั้ง สามารถนำแบรนด์นี้ไปใช้ในการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อการ ขจัดความยากจน อีกทั้งยังส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

3.1.5 การสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน พบว่า

การสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ดำเนินการโดยกำหนดต้นแบบ และ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง จากข้อมูลอัตลักษณ์ของ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของ การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และ เสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยกำหนดต้นแบบ และ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ดังภาพที่ 2.12 ในบทที่ 2 ทั้งนี้ สามารถสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยว ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน คือ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจขอนำแบรนด์ที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ โดยการนำคู่มือการใช้แบรนด์

ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แบรนด์ มีรายละเอียด เช่น การใช้โลโก้ ความหมาย และคำอธิบายรูปแบบและสีของโลโก้ ขนาดของโลโก้ รูปแบบการนำโลโก้ไปใช้งาน ตัวอย่างการใช้งานโลโก้ที่ไม่ถูกต้อง การใช้สี การใช้สวดลายในการประดับและตกแต่ง ตัวอย่างคาร์แรคเตอร์ดีไซน์ 8 ชนิดที่นำมาออกแบบตกแต่ง และรูปแบบตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 2.13 ถึง 2.30

จากการสังเคราะห์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว สามารถสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยการนำเสนอคู่มือการใช้แบรนด์การท่องเที่ยว กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 2.31-2.39

### 3.2 ข้อเสนอแนะ

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีข้อเสนอแนะของการวิจัยดังนี้

#### 3.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) รักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงความเดิมแท้ในกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม หน่วยงานสถาบันการศึกษาที่ช่วยสนับสนุน หรือแม้แต่ชุมชนควรมีบทบาทอย่างยิ่งในการรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง งานวิจัยไต้หวันจึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยในการรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่ โดยชุมชนเป็นแกนหลักในการศึกษาพัฒนา เพราะชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่และรู้จักตัวตนของตนเองมากกว่าคนอื่น ซึ่งการทำงานวิจัยของชาวบ้านไม่ได้มีความสำคัญเพียงแค่การได้มาซึ่งความรู้เพื่อการจัดการตนเองของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อีกด้วย

(2) ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ โดยการพัฒนา จะต้องมีการมีส่วนร่วมเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน โดยมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆในชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่

(3) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การที่จะพัฒนาธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำเป็นต้องได้รับการ

สนับสนุนจากหน่วยงานหลายฝ่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงความร่วมมือของชุมชน ผ่านทางชาวบ้าน ผู้นำชุมชน หน่วยงานจังหวัด เพื่อร่วมมือกันพัฒนาระดับสินค้าที่ระลึกเพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้ บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ คือ ควรให้การสนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกในด้านต่างๆ ได้แก่ การหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้ชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการพัฒนาธุรกิจสินค้าที่ระลึกเพื่อแข่งขันใน AEC ส่วนบทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน คือ ภาคเอกชนควรเข้ามาลงทุนในธุรกิจสินค้าที่ระลึกมากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโต อีกทั้งการที่จะพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายๆฝ่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงความร่วมมือของชุมชน ผ่านทางชาวบ้าน ผู้นำชุมชน หน่วยงานจังหวัด เพื่อร่วมมือกันพัฒนาระดับสินค้าที่ระลึกเพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้ บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ คือ ควรให้การสนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในด้านต่างๆ อาทิ การพัฒนาคุณภาพสินค้า การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเพื่อแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภาครัฐควรส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเอกชนให้เข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของชนชาติพันธุ์มากขึ้น ส่วนบทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน คือ ภาคธุรกิจเอกชนควรเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของชนชาติพันธุ์ให้มากขึ้น เพราะมีโอกาสทางการตลาดอีกมากในสินค้าอาหารและเครื่องดื่มโดยเฉพาะตลาดอาเซียนที่มีลักษณะของการบริโภคใกล้เคียงกันกับผู้บริโภคคนไทย ซึ่งนอกจากเป็นผลดีต่อภาคเอกชนผู้สนใจทำธุรกิจแล้ว ยังสามารถช่วยเหลือชุมชนชาติพันธุ์ได้และสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนได้อีกด้วย เป็นการทำธุรกิจและ CRS ของอุตสาหกรรมเอกชนไปพร้อมๆกัน อย่างเช่นที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้ว เช่นปลาร้ากระป๋อง เป็นต้น ส่วนบทบาทของชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้การพัฒนาธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คงวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของชุมชนที่มีความโดดเด่น ความสามัคคีของชุมชนจะช่วยให้ธุรกิจเป็นไปได้ดี สามารถสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

(4) สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ควรมีการประเมินโฮมสเตย์อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้ง ควรเผยแพร่ความรู้ให้ผู้ประกอบการต่างๆ นักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่น ให้อุรักษ์สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อม เอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น วิถีชีวิตของชาวบ้าน และตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ควรสนับสนุนงบประมาณในการบริหารจัดการชุมชน และควรมีการสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การติดตามผล และการบริหารงาน

(5) สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ภาครัฐควรจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวสู่โลกอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวกระตุ้นในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น โดยใช้เครือข่ายจากส่วนงานราชการ หรือสถาบันการศึกษา ให้เข้ามาช่วยสนับสนุนในการพัฒนา และสร้างความเข้าใจถึงหลักความสำคัญของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารสรสร้างอาชีพ และก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน



(6) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุน ส่งเสริม การบริหารจัดการอนุรักษ์ สันททรัพย์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างต่อเนื่อง โดยภาครัฐจัดให้มีการให้ความรู้กับชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร ด้านการจัดการ อนุรักษ์สันททรัพย์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น

(7) ภาครัฐ ควรต่อยอดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากงานวิจัย โดยจัดสรรบุคลากร ที่เกี่ยวข้องอุทิศตนและเวลาดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

(8) หน่วยงานภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมอาชีพของชุมชน เพื่อลดอัตราการ ย้ายถิ่นและป้องกันการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมให้อัตลักษณ์คงอยู่กับชุมชน

(9) ควรบรรจุหลักสูตรทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ในสถานศึกษา เช่น ภาษา การแต่งกาย ประเพณีและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังเยาวชนให้มีสำนึกทางชาติพันธุ์อย่างภาคภูมิใจ

(10) ควรกำหนดนโยบายวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่ม ชาติพันธุ์เริ่มจากการสั่งการแบบข้างล่างสู่ข้างบน (Bottom up) เนื่องจากชุมชนมีสำนึกร่วมของ ชาติพันธุ์ที่เหนียวแน่นและชัดเจน

(11) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ควรให้การสนับสนุนแนวทางการสร้าง แปรนตร์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเต็มแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เช่น ของที่ระลึกควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว และควรใช้วัสดุที่มีคุณภาพ

(12) ควรมีนโยบายการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ร่วมกัน เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์และเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น ประเทศไทย กับสาธารณะ รัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(13) หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดกฎระเบียบ นโยบาย ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น สนับสนุนงบประมาณด้านการท่องเที่ยว กำหนดนโยบายส่งเสริม สินค้า OTOP อีกทั้ง ควรมีการสนับสนุนจากภาครัฐ (อาทิ ภาษี นโยบายดอกเบี้ย องค์กรความรู้ การ เสริมสภาพคล่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ การส่งเสริมช่องทางการตลาด การพัฒนาระบบ สาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน) อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ได้รับการซ่อมแซม ปรับปรุงถนน ช่อง ทางการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP เป็นต้น

### 3.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

(1) ควรมีการนำเสนอความเต็มแท้ บนฐานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของกลุ่ม ชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ผ่านอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบ และด้านคุณสมบัตินามธรรม เป็นการสร้างความรู้สึ กที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอเรื่องราวของวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติกับ การแต่งกาย ที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงการแสดงทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ เชื่อมโยงกับความเต็มแท้ของตัวตนแห่งชาติพันธุ์ถูกถ่ายทอดเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ สู่สายตาของนักท่องเที่ยวในฐานะ ผู้ถูกท่องเที่ยว ทำให้ชาติพันธุ์ต่างแสดงตัวตนที่โดดเด่นและ แตกต่างออกมา การรับรู้ความเต็มแท้จึงเป็นการรับรู้บนพื้นฐานของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้าง ความหมายขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว จึงเป็นการรับรู้ความเต็มแท้จากการ สร้างความหมาย ประกอบกับการร่วมกิจกรรมของชาติพันธุ์ด้วยการปฏิสัมพันธ์พูดคุยกับผู้คนในพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวสร้างการรับรู้จากสิ่งที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม เรียกว่า ความเต็มแท้จากกิจกรรม ทั้งนี้

การแสดงของชาติพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรม การละเล่นหรือฟ้อนรำ ถูกนำมาสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ควรให้เป็นเชิงพาณิชย์มากเกินไปจนถูกมองว่าเป็นกระบวนการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมและความหมายของชาติพันธุ์ลดลง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ความเดิมแท้ ทั้งนี้ การสร้างประสบการณ์ด้านความแท้จริงให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตมากขึ้น บุคคลมีความตั้งใจในการรับรู้ความแท้จริง ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นของแท้ดั้งเดิม เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่เคยเห็นมาก่อน และไม่ได้เลียนแบบหรือลอกเลียนของเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่แท้จริงจากกิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่ได้จากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและวัฒนธรรมในด้านประวัติศาสตร์ของตึกอาคาร ประเพณีของท้องถิ่นและภาษาท้องถิ่น

(2) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และลงมือปฏิบัติที่ได้รับประสบการณ์มากที่สุด คือ กิจกรรม การประกอบอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์และพัฒนาโปรแกรมนำเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 กลุ่ม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม จากการเน้นที่มรดกที่จับต้องได้ เปลี่ยนไปเน้นที่มรดกที่จับต้องไม่ได้ หรือวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เมืองเชิงสร้างสรรค์ และกลุ่มคนเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นทางออกสำหรับการท่องเที่ยวมวลชนที่เน้นการผลิตใหม่ เปลี่ยนไปเน้นที่ความยืดหยุ่นและประสบการณ์จริง จากการร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้การท่องเที่ยว ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว
- 2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้
- 4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน
- 5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น
- 6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว

(3) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการกำหนดเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ การพัฒนาช่องทางของการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยการจำหน่ายภายในชุมชน โดยสินค้าที่ระลึกของชนเผ่าต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชนเผ่า โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ตามชุมชนต่างๆที่มีความโดดเด่นของสินค้าแตกต่างกันออกไป อีกทั้งการเพิ่มศูนย์แสดงสินค้า OTOP เป็นศูนย์รวมสินค้าโอท็อปที่โดดเด่นของจังหวัด แต่ละชนเผ่าต้องสร้างความโดดเด่นให้สินค้าเพื่อที่จะเสนอให้ทางจังหวัดพิจารณานำสินค้าไปจัดแสดงและจัดจำหน่าย รวมถึง ธุรกิจจำหน่าย

สินค้าและของที่ระลึก สินค้าที่ระลึกของชนเผ่าต่างๆ ได้แก่ ผ้าพื้นเมือง เสื้อผ้าของชาวไทยพวนผ้าฝ้ายผ้าพื้นเมือง ผ้าทอมือลายปักผ้า ตุ๊กตาของชำร่วยกระเป๋าค่า พวงกุญแจ เป็นต้น สามารถส่งออกไปจำหน่ายไปยังร้านค้าสินค้าที่ระลึกต่างๆ ทั่วประเทศ และงานจัดแสดงสินค้า Trade Fair ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้า เช่น โครงการการจัดตั้งศูนย์แสดงจำหน่ายและกระจายสินค้า OTOP งานแสดงสินค้า OTOP เมืองทองธานี เป็นต้น ช่องทางในการจัดแสดงสินค้าเหล่านี้ สร้างโอกาสให้สินค้าที่ระลึกแต่ละชนเผ่าในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากขึ้น ทำให้คนที่สนใจรู้จักสินค้าของแต่ละชนเผ่ามากขึ้น

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ คือ ต้องมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจให้บริการของตนเอง และติดตามความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ต้องมีความเป็นผู้นำและพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ อีกทั้ง ส่งเสริมและให้โอกาสชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจในลักษณะแบ่งปันผลประโยชน์จากรายได้ ให้ความสำคัญกับฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร ให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้แรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของประชาชนในชุมชน ให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารหรือเสนอความคิดเห็น มีความรักและภักดีต่อชุมชน ดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ จัดทำแผนธุรกิจที่เหมาะสม และต้องให้ความสำคัญและเวลากับการบริหารอย่างใกล้ชิด 2) ด้านการตลาด และการบริการ โดยการให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับลูกค้า สร้างตราหรือเครื่องหมายเพื่อให้ลูกค้าระลึกถึงและจดจำได้ง่าย สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ ให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า เสนอบริการรูปแบบอาหารใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และเสนอรูปแบบบริการใหม่ๆ เช่น การส่งอาหารถึงบ้านและสำนักงาน เป็นต้น 3) สถานที่ให้บริการ โดยใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย สะอาด และอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อเดินทางสะดวก การส่งเสริมการขาย ทำป้ายโฆษณาหน้าสถานบริการให้สะดุดตา ลงโฆษณาในสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ต่ำ และทำโบว์ชัวร์ แผ่นพับ แนะนำบริการ แจกแก่กลุ่มเป้าหมาย 4) ด้านบัญชีและการเงิน โดยการไม่สร้างภาระค่าใช้จ่ายประจํามากเกินไป มีโครงสร้างเงินลงทุนที่เหมาะสม ไม่ก่อภาระหนี้มากเกินไป บริหารการเงินอย่างเหมาะสมให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง นำกำไรจากการดำเนินงานเป็นเงินทุนสำรองหรือสำหรับการขยายธุรกิจ แยกบัญชีระหว่างธุรกิจและส่วนตัว ควรจัดทำงบการเงินให้ถูกต้อง และนำระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีมาช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรม 1) ด้านผู้ประกอบการ คือ ควรร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการโฮมสเตย์เพื่อป้องกันการแข่งขันและการตัดราคากัน ควรให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่นๆ ที่ประกอบธุรกิจอยู่ที่บริเวณใกล้เคียง ควรเป็นคนในท้องถิ่น และทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม ไม่ใช่เป็นรายได้หลักของครอบครัว ควรรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมที่เป็นดั้งเดิมของท้องถิ่น ควรจัดกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวให้ตระหนักถึงคุณค่าการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมไม่ให้เสื่อมโทรม และให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และควรกำหนดมาตรฐานราคาสินค้าอาหาร และการบริการ และควรดูแลรักษาพื้นที่บริเวณที่ขายของให้มีความสะอาดและถูกสุขอนามัย 2) ด้านนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่มาพักแรม ควรได้เรียนรู้ถึงเอกลักษณ์ดั้งเดิม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อม

ของคนในท้องถิ่นนั้น ควรตระหนักถึงมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรให้ความร่วมมือและรักษาภูมิ  
 ข้อบังคับของชุมชนท้องถิ่นนั้น และควรช่วยพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้น 3) ด้าน  
 คนในชุมชนท้องถิ่น คือ ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งในทางด้านการ  
 บริหารงาน การวางแผน การตัดสินใจ การติดตามผล ควรมีการประสานงานกับภาครัฐบาล บุคคล  
 หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นควรช่วยกันรักษา  
 เอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมของถิ่นให้คงอยู่ดั้งเดิม  
 ควรร่วมมือกับผู้ประกอบการโฮมสเตย์และผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ เพื่อช่วยกันในการบริหารจัดการ  
 ท่องถิ่น และควรให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น

(4) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้  
 เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน โดยการนำศาสตร์ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สังคมวิทยา  
 และด้านจิตวิทยา นำมาประยุกต์ใช้เพื่อนำคุณสมบัติที่จับต้องได้ และคุณสมบัติที่จับต้องไม่ได้  
 ของการท่องเที่ยวมาผันแปร ให้มีคุณค่าโดยที่คุณค่าเหล่านี้จะเป็นผลจากคุณสมบัติต่างๆ ของ  
 การท่องเที่ยว และคุณค่าแห่งความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อได้มีการปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์  
 หรือได้ครอบครองแบรนด์นั้นๆ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์  
 การตลาดและการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์  
 ลุ่มน้ำโขง เสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของ  
 ความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มากำหนดตัวละครที่ใช้เป็นสื่อในการนำเสนอการท่องเที่ยว  
 ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ใช้ในการออกแบบ  
 สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ให้เชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว  
 ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อสานต่อเรื่องราวในลักษณะ  
 ของการสื่อความหมายโดยมีรากเหง้าจากวัฒนธรรมเดิมแท้อย่างแท้จริง และเพื่อการพัฒนา  
 การท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเพื่อการขจัดความยากจน ตัวอย่างเช่น ตั๋วรถ หรือตั๋วเครื่องบิน  
 ชุดแพคเกจสำหรับแจกลูกทัวร์ ชุดอุปกรณ์ที่ใช้อาบน้ำ ชุดจานชาม ชุดชา เสื้อโปโล ชุดเครื่องเขียน  
 เคสมือถือ เคสไอแพด การออกแบบบูธ โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริมการท่องเที่ยว  
 คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟน ของที่ระลึก เป็นต้น

(5) ควรมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วม  
 กิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

(6) ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อเป็น  
 ส่วนช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามเพิ่มมากขึ้น

(7) ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้  
 ข้อมูลต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์  
 ลุ่มน้ำโขง

(8) ควรมีป้ายบอกทาง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

(9) จัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวสู่โลกอินเทอร์เน็ต  
 เพื่อเป็นตัวกระตุ้นในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น ใช้เครือข่ายจากส่วนงานราชการ

หรือสถาบันการศึกษา ให้เข้ามาช่วยสนับสนุนในการพัฒนา และสร้างความเข้าใจถึงหลักความสำคัญของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถสร้างอาชีพ และก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน

(10) สนับสนุนให้คนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันภายใน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการรักษาและหวงแหนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ

(11) เนื่องจาก การบอกเล่าเรื่องราวในหมู่บ้านชาติพันธุ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น บางแห่งยังมีการนำเสนอไม่มากนักและไม่ชัดเจน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการในส่วนนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาเยือนจะได้เกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ

(12) การแสดงของชาติพันธุ์แก่สายตาของนักท่องเที่ยวบางช่วง อาจผิดเพี้ยนไปจากถิ่นอายุวัฒนธรรมเดิม ดังนั้น คนในชุมชนต้องมีจุดยืนในการจัดแสดงจากคนข้างในรวมกัน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับวัฒนธรรมอันดีงาม

(13) การดำเนินงานวิจัยภาคสนาม พบว่า ชุมชนบางแห่งยังไม่คุ้นเคยกับการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในพื้นที่ ควรเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็น ให้ชุมชนมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในบางขั้นตอนเพื่อให้ชุมชนได้เห็นการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม

(14) แนวทางการพัฒนา ภายใต้ต้นแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำไปพัฒนานำร่องในพื้นที่ต้นแบบร่วมกับชุมชนสานต่อ จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

(15) จากผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการดำเนินงาน (IPA) ที่กลุ่มชาติพันธุ์ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงความเดิมแท้ของอัตลักษณ์อย่างเร่งด่วน เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองต่ำ ได้แก่

(15.1) ไทดำ ได้แก่ ลักษณะด้านอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย สถานที่รับประทานอาหารมีความพิเศษแตกต่างจากร้านอาหารในเมือง รสชาติของอาหารสะท้อนถึงความเป็นพื้นถิ่นของชาติพันธุ์อย่างแท้จริง ชุดแต่งกายมีความงดงามแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำงานฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน

(15.2) ไทพวน ได้แก่ ลักษณะด้านที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้านเรือนสะท้อนความเดิมแท้ของชุมชน โบราณสถานของชุมชนสร้างความซาบซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความเรียบง่าย บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การแสดงของชาติพันธุ์มีความเดิมแท้และการแสดงของชาติพันธุ์ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน

(15.3) ไทแสก ได้แก่ ลักษณะด้านพิธีกรรมมีความเดิมแท้ ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน การแสดง

ของชาติพันธุ์มีความเข้มแข็ง แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

(15.4) ไทกะเลิง ได้แก่ ลักษณะด้านความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย พิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชน ความประทับใจที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรมกับชาติพันธุ์ ความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชน วัตถุที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย งานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ

(15.5) ไทฮา ได้แก่ ลักษณะด้านโบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย วัตถุที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่าย ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย ความภูมิใจที่ได้ทดลองประดิษฐ์ชิ้นงานของชาติพันธุ์ด้วยฝีมือตนเอง กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน อาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย

(15.6) ไทญ้อ ได้แก่ ลักษณะด้านการแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจนวัตถุที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายวัตถุที่ใช้ในการทำงาน ฝีมือมาจากท้องถิ่นและหาได้ง่ายพิธีกรรมของชาติพันธุ์เชื่อมโยงกับความเชื่อของชุมชนความชื่นชอบสินค้าที่ระลึกที่ประดิษฐ์จากฝีมือของคนในชุมชนงานฝีมือสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว

(15.7) ไทไส้ ได้แก่ ลักษณะด้านอาหารทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย การตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น ชุมชนมีความเป็นมิตรและจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ความประทับใจที่มีส่วนร่วมปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของชาติพันธุ์เกี่ยวกับธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพที่เชื่อมโยงกับอดีตได้ชัดเจน โบราณสถานของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยงกับความเป็นชาติพันธุ์ เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน บ้านเรือนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

(15.8) ภูไท ได้แก่ ลักษณะด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชน เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความดั้งเดิมของชุมชน ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวกลมกลืนกับเรื่องราวในอดีตของชุมชน ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นกันเอง ชุมชนสามารถสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ให้นักท่องเที่ยวฟังเข้าใจได้ง่าย กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกัน แนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติของชาติพันธุ์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ในการประดิษฐ์ชิ้นงานฝีมือให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์

ของ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ การแสดงของชาติพันธุ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ ชุดแต่งกาย ทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ความสุขที่ได้เรียนรู้ภาษาเฉพาะชาติพันธุ์ด้วย

### 3.2.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- (1) แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว
- (2) การสร้างจุดยืนภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- (3) แนวทางพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในเครือข่ายของการท่องเที่ยว
- (4) การศึกษาอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เดียวกันในดินแดนไทย – ลาว เพื่อเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขงในอาเซียน
- (5) กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเดิมแท้ของชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- (6) การวิจัยไต่ถามในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง
- (7) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ควรเพิ่มกิจกรรมอื่นๆเข้าไปให้มากกว่านี้
- (8) เพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

## 3.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

3.3.1 อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง สามารถนำเสนอให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงวัฒนธรรม

3.3.2 ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง แหล่งท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม และ อพท.

3.3.3 ข้อเสนอแนะนโยบาย และมาตรการในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ต้นแบบการการศึกษาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ สามารถนำเสนอให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

3.3.4 แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ตัวอย่างเช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริมการท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับ

สมาร์ทโฟน ของที่ระลึก สามารถนำเสนอให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยว  
และกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง



## เอกสารอ้างอิง

- ธนิก เลิศชาญฤทธ์. (2554). **การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ภัณมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย**. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 6(1), 91-109 .
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ. (2541). **สารานุกรมไทย**. เล่มที่ 23.
- สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล. (2554). **สยามปรกรณ์ปริวรรต เล่ม 1: งานสำรวจ ศึกษา และปริวรรตวรรณกรรมท้องถิ่นภาคกลาง**. นครปฐม: ศูนย์สยามทรรศน์ศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ACMECS. (2011). **Opportunities and Prospects of Investment**. ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2557, จาก <http://www.acmecsthai.org/web/7.php?id=2664>
- ASEAN. (2011). **ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 – 2015**. ค้นเมื่อ 3 เมษายน 2557, จาก <http://www.asean.org>
- Crick, M. (1989). Representation of International Tourism in the social sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility. **Annual Review of Anthropology**, 18, 307-400.
- Fischer, W.T. (1999). Basic research methods for librarians. **Journal of the American Society for Information Science**, 50(5), 477-478.
- Indochina Studies Center. (2011). **Strategic plan for tourism promotion in ASEAN**. ค้นเมื่อ 3 เมษายน 2557, จาก <http://www.isc-gspa.org/>
- 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.

ภาคผนวก ก  
บทความสำหรับการเผยแพร่

### บทความสำหรับการเผยแพร่

(1) Chusakul, W. (2015). มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(2) Chusakul, W. (2015). Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism. Proceeding in 2nd ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences. August, 27-29. Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.

(3) Kovathanakul, D., Chusakul, W., Piwdee, S., Suwannarat, P. and Tunming, T. (2015). Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(4) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management Vs Authenticity of Saek Ethnic Group in Thailand. International Conference on Hospitality and Tourism Management (ICOHT 2015). November, 5-6. Sri Lanka.

(5) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management vs Authenticity of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand. Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS). April, 24-25. Dubai, United Arab Emirates.

(6) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to Support the ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(7) Piwdee, S., et al. (2015). Mekong Ethnic Creative Community Based Tourism Capacity Development. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(8) Suwannarat, P., et al. (2015). Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

โดยมีหลักฐานการเผยแพร่ผลงานวิจัย ดังแสดงในภาคผนวก ข ภาพที่ ข-5 - ข-12

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
บทความสำหรับการเผยแพร่

### บทความสำหรับการเผยแพร่

(1) Chusakul, W. (2015). มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(2) Chusakul, W. (2015). Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism. Proceeding in 2nd ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences. August, 27-29. Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.

(3) Kovathanakul, D., Chusakul, W., Piwdee, S., Suwannarat, P. and Tunming, T. (2015). Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(4) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management Vs Authenticity of Saek Ethnic Group in Thailand. International Conference on Hospitality and Tourism Management (ICOHT 2015). November, 5-6. Sri Lanka.

(5) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management vs Authenticity of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand. Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS). April, 24-25. Dubai, United Arab Emirates.

(6) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to Support the ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(7) Piwdee, S., et al. (2015). Mekong Ethnic Creative Community Based Tourism Capacity Development. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(8) Suwannarat, P., et al. (2015). Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

โดยมีหลักฐานการเผยแพร่ผลงานวิจัย ดังแสดงในภาคผนวก ข ภาพที่ ข-5 - ข-12

ภาคผนวก ข

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

รหัสโครงการ	R	D	G	๕	๗	๕	๐	๐	๔	๓
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

### การรายงานการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

#### ๑. ชื่อโครงการ / กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุน

- ๑.๑ แผนงานวิจัย: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน
- ๑.๒ โครงการวิจัยย่อยที่ ๑: ความเดิมแท้บนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- ๑.๓ โครงการวิจัยย่อยที่ ๒: การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- ๑.๔ โครงการวิจัยย่อยที่ ๓: การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง
- ๑.๕ โครงการวิจัยย่อยที่ ๔: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

#### ๒. ชื่อนักวิจัย

- ๒.๑ ดร.ตฤทัย โกวรธนะกุล ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ และหัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔
- ๒.๒ นางสาววิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๑
- ๒.๓ นายศราวุธ ผิวแดง หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๒
- ๒.๔ ผศ.ดร.พรภัส สุวรรณรัตน์ หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๓

๓. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๔. ปีงบประมาณที่ดำเนินการ ๒๕๕๗

๕. การนำผลผลิตจากงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์  มีการนำไปใช้ประโยชน์  ยังไม่มีการนำไปใช้ประโยชน์

๖. ช่วงเวลาที่งานวิจัยได้นำไปสู่การใช้ประโยชน์ ระหว่างปี พ.ศ ๒๕๕๘

#### ๗. เป้าหมายดำเนินการ

๗.๑ อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทักษะคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

๗.๒ ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

๗.๓ สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

๗.๔ สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

๗.๕ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

๘. พื้นที่การใช้ประโยชน์ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง ประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังตารางด้านล่างนี้

ชาติพันธุ์	จังหวัด	อำเภอ	ตำบล/ หมู่บ้าน
ไทดำ	เลย	เชียงคาน	หมู่ ๔ และหมู่ ๑๒ ต.เขาแก้ว
ไทพวน	หนองคาย	ศรีเชียงใหม่	หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๗ และหมู่ ๘ ต.บ้านหม้อ
ไทญ้อ	นครพนม	ท่าอุเทน	หมู่ ๑-๔ หมู่ ๑๑-๑๔ ต.โนนตาล
ภูไท	มุกดาหาร	หนองสูง	หมู่ ๒ บ้านภู ต.บ้านเป้า
ไทแสก	นครพนม	เมือง	หมู่ ๕ และหมู่ ๖ ต.อาจสามารถ
ไทข่า	นครพนม	ธาตุพนม	หมู่ ๒ ต.อุ่มเหมา
ไทโส้	นครพนม	โพธิ์สวรรค์	หมู่ ๒ หมู่ ๓ หมู่ ๑๐ และหมู่ ๑๑ ต.โพธิ์จวน
ไทกะเลิง	นครพนม	นาแก	หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๗ หมู่ ๘ หมู่ ๑๐ และ ๑๑ ต.หนองสังข์



๙. รูปแบบการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยตามข้อ ๗ และ ๘ (สามารถเลือกได้มากกว่า ๑ รูปแบบ เนื่องจากถ้าเป็นเรื่องเดียวกันสามารถนำไปใช้มากกว่า ๑ มิติได้)

๙.๑. การใช้ประโยชน์มิตินโยบาย ได้แก่ การนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการบริหาร / กำหนดนโยบาย โดย

- ได้รับหนังสือขอข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- ได้รับหนังสือเรียนเชิญให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ / กำหนดนโยบาย

อื่นๆ (โปรดระบุ) ส่งเสริมนโยบายด้านศิลปวัฒนธรรม โดย สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น โดยการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)”.

๙.๒. การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม โดย

- ได้รับหนังสือหรือหลักฐานอื่น แสดงความสนใจเพื่อเจรจาธุรกิจ
- มีการซื้อ - ขาย เทคโนโลยีระหว่างนักวิจัยและผู้นำไปใช้ประโยชน์
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๙.๓. การใช้ประโยชน์มิติการพัฒนาสังคม / ชุมชน / ท้องถิ่น โดย

- การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ได้รับจากงานวิจัยในชุมชน / ท้องถิ่น (อบรม , คู่มือ , แผ่นพับ , โปสเตอร์ , เว็บไซต์ ฯลฯ)
- ได้รับหนังสือเรียนเชิญให้ความรู้จากชุมชน / องค์กร / หน่วยงานในพื้นที่ต่างๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๙.๔. การใช้ประโยชน์มิติวิชาการ โดย

- ได้มีการอ้างอิงผลงานที่ตีพิมพ์วารสารวิชาการระดับประเทศ / ระดับนานาชาติ
- ได้รับหนังสือเรียนเชิญเป็นวิทยากรเพื่อให้ความรู้ในกรอบของผลงานวิจัยจากหน่วยงานต่างๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ) เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation และโปสเตอร์

๑๐. รายละเอียดผลการดำเนินงานตามข้อ ๙ เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้อย่างไร

๑๐.๑ การใช้ประโยชน์มิตินโยบาย

(๑) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลปวัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในวันที่ ๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๒) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ งานเทศกาลโหมขนานาชาติประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น ประจำปี ๒๕๕๘ ในวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน - ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๘

โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้ดังตารางด้านล่างนี้

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อองค์กร หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	
ก่อน	หลัง
นักทอเกี่ยว ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ยังไม่รับรู้ถึงแบรนด์การทอเกี่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง บนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน	ทำให้นักทอเกี่ยว ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ได้รับรู้ถึงการสร้างแบรนด์การทอเกี่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการทอเกี่ยวของอาเซียน

๑๐.๒ การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม  
(ไม่มี)

### ๑๐.๓ การใช้ประโยชน์มิติการพัฒนาสังคม / ชุมชน / ท้องถิ่น

มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ได้รับจากงานวิจัยในชุมชน / ท้องถิ่น (อบรม , คู่มือ , แผ่นพับ , โปสเตอร์ , เว็บไซต์ ฯลฯ) ประกอบด้วย

(๑) จัดทำคู่มือการใช้แบรนด์ การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ไปใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น และองค์กร เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ

(๒) จัดทำคู่มือการพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้ดังตารางด้านล่างนี้

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อองค์กร หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	
ก่อน	หลัง
ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ส่วนใหญ่ในพื้นที่ศึกษา ยังไม่มีแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน และยังไม่คู่มือการพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์	ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ในพื้นที่ศึกษาและพื้นที่ที่สนใจ สามารถนำแบรนด์ที่ได้จากการศึกษาการสร้างแบรนด์ การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ไปใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น และองค์กร อีกทั้ง สามารถนำคู่มือการพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์

### ๑๐.๔ การใช้ประโยชน์มิติวิชาการ

(๑) เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ชื่อบทความ Cultural Tourism Management vs Authenticity of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand ชื่อนักวิจัย Dr.Donruetai Kovathanakul and Patipat Tunming ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS) ระหว่างวันที่ ๒๔ – ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต.

(๒) เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง CULTURAL TOURISM MANAGEMENT VS AUTHENTICITY OF SAEK ETHNIC GROUP IN THAILAND ชื่อนักวิจัย Dr.Donruetai Kovathanakul and Patipat Tunming ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ International Conference on Hospitality and Tourism Management, ICOHT ๒๐๑๕ ณ ประเทศศรีลังกา ระหว่างวันที่ ๕-๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘

(๓) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan ชื่อนักวิจัย Dr.Donruetai Kovathanakul, Wisitsiri Chusakul, Sarawut Pivdee, Dr.Pornlapas Suwannarat and Patipat Tunming ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๔) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชื่อนักวิจัย Wisitsiri Chusakul ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๕) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Creative Community Based Tourism Capacity Development ชื่อนักวิจัย Sarawut Piwdee et al. ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๖) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups ชื่อนักวิจัย Dr. Pornlapas Suwannarat et al. ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๗) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to Support the ASEAN Tourism Plan ชื่อนักวิจัย Dr.Donruetai Kovathanakul and Patipat Tunming ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๘) เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism ชื่อนักวิจัย Wisitsiri Chusakul ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ๒nd ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences August ๒๗-๒๙, ๒๐๑๕, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR. ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘

โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้ดังตารางด้านล่างนี้

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อองค์กร หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	
ก่อน	หลัง
ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ส่วนใหญ่ในพื้นที่ศึกษา ขาดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐาน ความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ประกอบด้วย ๑. อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ทศนคติของชุมชนต่อ การนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง และสร้าง ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ๒. ศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ ความเชื่อมโยง และพัฒนา ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ๓. สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทาง ของการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง อาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การท่องเที่ยว ๔. สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทาง การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ๕. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึง เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

๑๑. รูปภาพประกอบกิจกรรมหรือ รูปภาพแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเปรียบเทียบกับก่อน – หลังการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (พร้อมคำบรรยายกิจกรรมโดยย่อ ที่แสดงถึงวัน เดือน ปี ที่จัดกิจกรรม)

๑๑.๑ การใช้ประโยชน์มิติดินโยบาย

(๑) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย ขอนแก่น ในวันที่ ๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘

(๒) เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ งานเทศกาลไหมนานาชาติประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น ประจำปี ๒๕๕๘ ในวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน - ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๘

โดยมีรูปภาพประกอบกิจกรรมดังภาพที่ ข-๑ - ข-๒



ภาพที่ ข-๑ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในวันที่ ๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘



ภาพที่ ข-๒ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบการจัดนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ งานเทศกาลไหมนานาชาติประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น ประจำปี ๒๕๕๘ ในวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน - ๓๐ ธันวาคม ๒๕๕๘

**๑๑.๒ การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม (ไม่มี)**

**๑๑.๓ การใช้ประโยชน์มิติการพัฒนาสังคม / ชุมชน / ท้องถิ่น**

(๑) จัดทำคู่มือการใช้แบรนด์ การท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน ไปใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น และองค์กร เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเป็นการสร้างอาชีพ และทางเลือกให้กับผู้ประกอบการ โดยมีตัวอย่างคู่มือฯ

(๒) จัดทำคู่มือการพัฒนาศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่น องค์กร ที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวกับชุมชน โดยมีตัวอย่างคู่มือฯ

โดยมีรูปภาพประกอบกิจกรรมดังภาพที่ ข-๓ - ข-๔



ภาพที่ ข-๓ ตัวอย่างคู่มือการใช้แบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อต่อบรรณการท่องเที่ยวของอาเซียน

**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**เส้นทางที่ 1**

จากตัวเมืองโขงอำเภอโขงเจียม ประมาณ 33 กม. ถึงบ้านแสนสำราญ เจอเขาส่งทิวเขา ตรงไปอีกประมาณ 5 กม. เกือบข้างตองบ้านคันทันตั้ง (มีป้ายบอกทางเทศบาลตำบลเขาแก้ว) ตรงมาอีกประมาณ 3 กม. เพื่อถึงสถานเขาน้ำพันหาดเคียวซ้าย ประมาณ 1 กม. ถึงชุมชนวัฒนธรรมไทดำ อยู่ซ้ายมือ



กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
กลุ่มชาติพันธุ์เผ่าไทดำ 1 วัน

เวลา

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยการปัสสิศึกษาชนทิวโขงใต้พร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรม
  - การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำการละเล่นพื้นบ้าน(เบเกอญ)พร้อมรับประทานอาหารว่าง
  - 09.00 น. พิธีบรยายและกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว
  - 10.00 น. เยี่ยมชมบ้านพิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมกิจกรรมการทำตุ๋นบก-ตุ๋นหมูและกิจกรรมอื่นๆ
  - 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ พิพิธภัณฑ์ไทดำร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชาวไทดำ
  - โดยการประกอบอาหารประจำของชนเผ่าไทดำ เช่น อ่อมหวายใส่ไก่ แจ่วฮ่อมกูกู เป็นต้น
  - 13.30 น. เ็นรถอีแต๋นเยี่ยมชมชุมชนวัฒนธรรม หอเจ้าบ้าน วิถีชีวิตของชุมชน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง
  - 16.00 น. ส่งคนทิวไรโดยการบรรยายสรุป ณ พิพิธภัณฑ์ของเผ่าทอของที่ระลึกและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ
- หมายเหตุ
1. ราคา ต่อท่าน 550 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 450 บาท
  2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
  3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้



**การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง**

**เส้นทางที่ 2**

บ้านภู อยู่ห่างจากตัวอำเภอหนองสูง 7 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดมุกดาหาร 57 กิโลเมตร ถนนสายทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2370 (สายหนองสูง - วัฒนาค้อชัย) จากนิคมท่าเรือระยะทาง 29 กิโลเมตร



กำหนดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
กลุ่มชาติพันธุ์เผ่ากูกู 1 วัน

เวลา

- 08.00 น. ต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมพิธีบรยายสรุปที่ศูนย์เรียนรู้อู
  - 09.00 น. ชมกิจกรรมวิถีสังคม ความเป็นอยู่ในเรื่องของวิถีเศรษฐกิจชุมชน
  - 10.00 น. เดินทางเข้าเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ชุมชน 6 ชุมชน
  - ชุมชนที่ 1 ชุมชนรายจ่าย
  - ชุมชนที่ 2 ชุมชนเพิ่มรายได้
  - ชุมชนที่ 3 ชุมชนประหยัด
  - ชุมชนที่ 4 ชุมชนเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
  - การละเล่นดินเผา (การละเล่นสะบ้า)
  - การละเล่นหมากเก็บ
  - การละเล่นชาติกตฤก
  - 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ศูนย์เรียนรู้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยว
  - เชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับ ชาวกูกู โดยการประกอบอาหารประจำของ
  - ชนเผ่าไทเสก เช่น อ่อมหวายใส่ไก่ แจ่วฮ่อมกูกู เป็นต้น
  - 13.30 น. เดินทางเข้าสู่กิจกรรมบ้านที่ 5 การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
  - 14.30 น. เข้าร่วมกิจกรรมชุมชนที่ 6 ชุมชนเอื้ออาทร
  - 15.00 น. กิจกรรมเกษตรพอเพียงและเชื้อฮอเผ่าทอของที่ระลึก
  - 16.00 น. ส่งคนทิวไรโดยการบรรยายสรุปและเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ
- หมายเหตุ
1. ราคา ต่อท่าน 300 บาท ราคาต่อ 20 ท่านขึ้นไป 250 บาท
  2. กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพต่างๆ เช่น อากาศ เป็นต้น
  3. ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้



ภาพที่ ข-๔ ตัวอย่างคู่มือการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

#### ๑๑.๔ การใช้ประโยชน์มิติวิชาการ

ได้มีการอ้างอิงผลงานที่ตีพิมพ์วารสารวิชาการระดับประเทศ / ระดับนานาชาติ ประกอบด้วย

(๑) Chusakul, W. (2015). มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความเต็มแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(๒) Chusakul, W. (2015). Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism. Proceeding in 2nd ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences. August, 27-29. Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.

(๓) Kovathanakul, D., Chusakul, W., Piwdee, S., Suwannarat, P. and Tunming, T. (2015). Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(๔) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management Vs Authenticity of Saek Ethnic Group in Thailand. International Conference on Hospitality and Tourism Management (ICOHT 2015). November, 5-6. Sri Lanka.

(๕) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Cultural Tourism Management vs Authenticity of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand. Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS). April, 24-25. Dubai, United Arab Emirates.

(๖) Kovathanakul, D. and Tunming, P. (2015). Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to Support the ASEAN Tourism Plan. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(๗) Piwdee, S., et al. (2015). Mekong Ethnic Creative Community Based Tourism Capacity Development. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

(๘) Suwannarat, P., et al. (2015). Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups. Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups. September, 3-30. Office of Culture, Khon Kaen University.

โดยมีรูปภาพประกอบกิจกรรมดังภาพที่ ข-๕ - ข-๑๒



## มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ด้านความดีแท้ ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นางสาววิษุภศิริ ชุสกุล\*

รองประจําสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยว ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ผลการวิจัยสะท้อนระดับความสำคัญกับการรับรู้ประสบการณ์ด้านความดีแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ไทดำ (ตำบลเขาแก้ว อําเภอนิคมบสถ จังหวัดเลย) พวน (ตำบลบัวบาน อําเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย) แสก (ตำบลอาจสามารถ อําเภอเมือง จังหวัดนครพนม) กะเลิง (ตำบลโพนบก อําเภอนากะ จังหวัดนครพนม) ข่า (ตำบลถ่อนแก้ว อําเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม) ลีด (ตำบลโพนบาดาล อําเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม) ไล่ (ตำบลโพธิ์ตาก อําเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม) และผู้ไทย (ตำบลบ้านเป่า อําเภอหนองสูง จังหวัดนครพนม) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย Important Performance Analysis : IPA เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มุ่งความดีแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ โดยนำเสนอเป็นแผนภาพและนำมาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงต่อไป

### ความหมายของแผนภาพ

Concentration Here อยู่ใน Quadrant 1 คือ ปัจจัยที่ต้องปรับปรุง แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความดีแท้ที่ต่ำ Keep Up the Good Work อยู่ใน Quadrant 2 คือ ปัจจัยที่ดีอยู่แล้วแต่ถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความดีแท้ที่สูง

Low Priority อยู่ใน Quadrant 3 คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความดีแท้ที่ต่ำ Possible Overkill อยู่ใน Quadrant 4 คือ ปัจจัยที่ดีเกินไปแสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำแต่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อความดีแท้ที่สูง

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในภาพ

สี	ปัจจัยประสบการณ์ด้านความดีแท้
พื้นที่ (Location)	
L1	ชื่อของแหล่งท่องเที่ยวตามชื่อในรายการในสื่อของชุมชน
L2	สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวตามชื่อในสื่อของชุมชน
L3	เส้นทางคมนาคมที่เชื่อมแหล่งท่องเที่ยวกับแหล่งความดีแท้ของชุมชน
ทรัพยากร (Resource)	
R1	ชุมชนมีวิถีชีวิตที่ชวนชม
R2	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในชุมชนมีความสวยงามสมบูรณ์ มีสิ่งมีชีวิต
R3	ชุมชนมีงานศิลปวัฒนธรรมที่ชวนชม
R4	ชุมชนมีการนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรม
R5	ชุมชนมีการนำเอาวิถีชีวิตมาชม
R6	อาหารที่ชวนชิมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
R7	วิถีชีวิตของชุมชนที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
R8	การนำเสนออาหารที่ชวนชิมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
R9	สถานที่ที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ชวนชม
ประเพณีวัฒนธรรม (Culture)	
C1	บ้านเรือนที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C2	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C3	ประเพณีวัฒนธรรมที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C4	โบราณสถานของชุมชน ที่เป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C5	ชุมชนมีสถานที่ที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C6	ความเชื่อที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C7	การนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
C8	การนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
C9	การนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
C10	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C11	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C12	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C13	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C14	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C15	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C16	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C17	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C18	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
C19	วิถีชีวิตที่ชวนชมเป็นวิถีชีวิตที่ชวนชม
การบริหารจัดการชุมชน (Management)	
M1	มีการนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
M2	มีการนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
M3	มีการนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม
M4	มีการนำเสนองานแสดงทางวัฒนธรรมที่ชวนชม

#### 1. ไทดำ

ภาพ 1. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับไทดำ

#### 5. ข่า

ภาพ 5. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับข่า

#### 2. พวน

ภาพ 2. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับพวน

#### 6. ญ้อ

ภาพ 6. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับญ้อ

#### 3. แสก

ภาพ 3. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับแสก

#### 7. ไล่

ภาพ 7. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับไล่

#### 4. กะเลิง

ภาพ 4. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับกะเลิง

#### 8. ผู้ไทย

ภาพ 8. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญกับผลการวิจัยด้วย IPA สำหรับผู้ไทย

\* ผลงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มุ่งความดีแท้ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ โดยนำเสนอเป็นแผนภาพและนำมาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงต่อไป

ภาพที่ ข-๕ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ระหว่างวันที่ ๓-๓๐ กันยายน ๒๕๕๘



## Proceedings

**2<sup>nd</sup> ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences**  
**August 27-29, 2015, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.**

### Editor

**Kittisak Jemsittiparsert**

### Organizers

**Political Science Association of Kasetsart University**

**Asian Forum on Business Education**

**Office of Research and Academic Services, National University of Laos**

**Faculty of Social Science and Community Development, Mean Chey University**

**National Economic University; Foreign Trade University**

**Graduated College of Management, Sripatum University**

**Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University**

**Faculty of Humanities and Social Sciences, Pibulsongkram Rajabhat University**

**Faculty of Political Science and Law, Kalasin Rajabhat University**

**Faculty of Political Science, Rangsit University**

**Institute of Thai Research and Development Management**

ภาพที่ ข-๖ เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ๒<sup>nd</sup> ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences August ๒๗-๒๙, ๒๐๑๕, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.

ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘

# Content

	<b>Page</b>
Measuring the Long-run Economic and Emission Consequences of the ASEAN Community: A Dynamic CGE Analysis <i>Dr.Komwü Siritorn, Assistant Professor Chompoonuh K. Permpoonwivat and Professor Dr.Stephen E. Reynolds</i>	1
Culture Shock Preparation, Cross-Culture Adjustment, and Integration of RMUTP Student Exchange in Oversea Partnership Universities <i>Gumporn Suwannachim</i>	11
Factors Influencing Consumers' Purchasing Intention of Motorcycle Battery as Substitute Product in Bangkok Metropolitan Areas <i>Gumporn Suwannachim, Assistant Professor Sirikul Boonyalai, Assistant Professor Phiraya Chetupong and Dr.Natcha Thumrongchol</i>	12
Development of Web Application on One Tambon One Product for AEC <i>Assistant Professor Dr.Supachat Sirithien</i>	13
The Influence of Work Motivation and Self-Development towards Work Efficiency of the Accountants Working for the Companies Registered in the Stock Exchange of Thailand <i>Assistant Professor Boontham Porncharoen</i>	23
Ways to Success of Tourism Business Management <i>Assistant Professor Lumyai Magjaroen and Assistant Professor Boontham Porncharoen</i>	30
Factors Influencing Green Logistics Management of Transportation Business in Thailand <i>Srisuda Auchamsri and Assistant Professor Dr.Mariam Nami</i>	37
The Investigation of Artificial Intelligence Application in the Public Administration's Literature <i>Assistant Professor Dr.Srirath Gohwong</i>	47

ภาพที่ ข-๖ เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ๒<sup>nd</sup> ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences August ๒๗-๒๙, ๒๐๑๕, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.  
ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ (ต่อ)

	<b>Page</b>
The Cycle of Contract Farming: When Corporation suppress Farmer Movement by “Contract” <i>Tossapon Tassanakunlapan</i>	55
Cultural Capital and Living Negotiation of Returned-Home Laos Women in a Rural Village of Vientiane, Lao PDR. <i>Chanthone Xayavongsa and Dr.Pai boon Hengsuwan</i>	67
Labour Migration in Vientiane Capital, Lao PDR. <i>Phongsavanh Lattichack and Associate Professor Siripong Ladavalya Na Ayudhya</i>	78
A Spatial Analysis of Infant Mortality in Saravan Province, Lao PDR. <i>Phetsavanh Boulasy and Assistant Professor Dr.Liwa Pardihaisong</i>	87
Recidivism of Prisoners in Pattaya Remand Prisons, Chon Buri Province <i>Witchawin Kittathanasin and Police Captain Dr.Jomdet Trimek</i>	96
The Administration of Community Radio Station FM 88.25 MHz, the Educational Radio for Children, Youth and Family of Chonburi <i>Wichda Narueworapat</i>	105
Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism <i>Wisitsiri Chusakul</i>	114

ภาพที่ ข-๖ เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ๒<sup>nd</sup> ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences August ๒๗-๒๙, ๒๐๑๕, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.  
ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ (ต่อ)

**ความเดิมแท้: พลวัตของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอาเซียน\***  
**Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism**

วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล\*\*

Wisitsiri Chusakul

**บทคัดย่อ**

การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมสมัยใหม่ในเชิงพาณิชย์มีมากขึ้น ทำให้คุณค่าและความหมายของความเป็นตัวตนในกลุ่มชาติพันธุ์เปลี่ยนแปลงไป การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 'ได้แก่' ไทคำ พวน ยู่อี่ โส้ ผู้ไท แสก ข่าและกะเลิงในพื้นที่จังหวัดเลยหนองคาย นครพนมและมุกดาหาร โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์และตัวแทนของภาครัฐ จำนวน 27 คน ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายและแตกต่างกันตามภูมิภาคหลังของชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 1) ลักษณะของพื้นที่ 2) ทรัพยากร (ธรรมชาติและโบราณสถาน โบราณวัตถุ) 3) ประเพณีและวัฒนธรรม (บ้านเรือนพื้นถิ่น ภาษาชาติพันธุ์ การแต่งกาย การบริโภคอาหาร ศิลปะ การแสดง ความเชื่อและพิธีกรรม และงานช่างฝีมือ) และ 4) การบริหารจัดการของชุมชน ทั้งนี้ ความเดิมแท้ของอัตลักษณ์ได้ปรับเปลี่ยนไปตามความทันสมัยเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการอนุรักษ์บนพื้นฐานความเดิมแท้ของวัฒนธรรมและการสร้างความหมายความเดิมแท้ให้กับอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้เกิดขึ้น

**คำสำคัญ :** ความเดิมแท้, อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์, แม่น้ำโขง, อาเซียน, การท่องเที่ยว

**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

\* ผลการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยชุดที่ 1 เรื่อง "ความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง" ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง "การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานของความเดิมแท้เพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน" ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ปี 2557

\*\* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย; Email: wchusakul@gmail.com

[114]

ภาพที่ ข-๖ เผยแพร่ผลงานวิจัยรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation เรื่อง Authenticity: Dynamic of Mekong Ethnic Identity to Support ASEAN Tourism ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ๒<sup>nd</sup> ASEAN Conference on Humanities and Social Sciences August ๒๗-๒๙, ๒๐๑๕, Lane Xang Hotel, Vientiane, Lao PDR.  
ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ (ต่อ)



Book of Abstracts  
3<sup>rd</sup> International Conference on Hospitality and  
Tourism Management  
ICOHT - 2015

05<sup>th</sup> – 06<sup>th</sup> November, 2015

The International Institute of Knowledge Management (TIKM)

Colombo, Sri Lanka

Committee of the ICOHT- 2015

The International Institute of Knowledge Management (TIKM)

Fax: +94(0) 11 3132827

[info@tiikm.com](mailto:info@tiikm.com)

ภาพที่ ข-๘ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ  
International Conference on Hospitality and Tourism Management, ICOHT ๒๐๑๕  
ระหว่างวันที่ ๕-๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ ประเทศศรีลังกา

### Oral Presentations

#### Operations Management - Tourism

- |  |    |
|--|----|
| 01. Innovation in Tourism: Four Applied Research Initiatives from Canada             | 05 |
| <i>Dr. Chandana Jayawardena</i>  |    |
| 02. Responsibility in Practice: Adventure Tour Operators                             | 06 |
| <i>Dr. Jacqueline Holland</i>  |    |
| 03. Impact of Destination Attributes on Satisfaction for Cruise Visitors             | 07 |
| <i>Prof. Ugur Aytun Ozturk</i>   |    |
| 04. A Study to Develop a Risk Management Model in Tour Operators Insurance in Tehran | 08 |
| <i>Ms. Nazanin Hosseini</i>  |    |

#### Planning and Developing

- |   |    |
|---|----|
| 05. Cultural Tourism Management VS Authenticity of Saek Ethnic Group in Thailand        | 11 |
| <i>Dr. Donruetai Kovathanakul</i>   |    |
| 06. Demographic Profile of Adventure Tourists in Arugambay                              | 12 |
| <i>Mr. W. H. M. S. Samarathunga</i>   |    |
| 07. Introducing Gastronomic Tourism as a Protagonist in Sri Lankan Tourism Industry     | 13 |
| <i>Ms. Chandi Ilanka Diana Karunarathne</i>   |    |
| 08. The Impact of Alternative Risk Reduction Behaviours in Leisure and Medical Tourism  | 14 |
| <i>Prof. Gregory R. Elliott</i>   |    |
| 09. Built Heritage, Heritage Tourism and Revitalization – Two Case studies in Hong Kong | 15 |
| <i>Dr. Cynthia Hou</i>  |    |

ภาพที่ ข-๘ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ International Conference on Hospitality and Tourism Management, ICOHT ๒๐๑๕ ระหว่างวันที่ ๕-๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ ประเทศศรีลังกา (ต่อ)



[05]

### CULTURAL TOURISM MANAGEMENT VS AUTHENTICITY OF SAEK ETHNIC GROUP IN THAILAND

Donruetai Kovathanakul<sup>1</sup>, Patipat Tunming<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> *Khon Kaen University, Faculty of Management Sciences, Khon Kaen University, 123 Mittraparp Rd., Nai-Maung Sub-District, Maung District, Khon Kaen, Thailand 40002*

#### ABSTRACT

This article mainly study the cultural tourism management and versus of the authenticity of Saek Ethnic Group in Thailand. The objectives are: 1. Study the cultural tourism management of Saek Ethnic Group in Thailand; and 2. to propose the recommendation cultural tourism management, based on the authenticity. The research methodology is in the process of fieldwork surveying for collection data and interviewing. After that, the researcher analysis the content by the descriptive statistics. The primary result found the Saek group still preserve the authenticity, and the cultural tourism management is highlighted on the homestay and souvenir products. Finally, the researchers decided the result to discussion and propose the recommendation of cultural tourism management and the versus of authenticity of the indigenous group.

**Keywords:** Cultural Tourism Management, Authenticity, Saek

ภาพที่ ข-๘ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ International Conference on Hospitality and Tourism Management, ICOHT ๒๐๑๕ ระหว่างวันที่ ๕-๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ ประเทศศรีลังกา (ต่อ)



ภาพที่ ข-๙ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ  
Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS)  
ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต

## Table of Content

An analytical study on the changes in oil prices with reference to worldwide crude oil reserves, production and demand .....	3
Socio-economic developments in Saudi Arabia and future prospects: a case of human capital development.....	3
Socio-economic planning in disadvantaged areas for the development of a territory .....	4
Can we discern the impact of income distribution on poverty and economic growth in Asian economies? ..	4
Ethics and integrity in the accounting profession in Nigeria: the gender connection .....	5
Information content, auditors' trust and financial crisis: criticism lacks evidence .....	5
Analyzing the effects of perception of social impacts on attendance to events, satisfaction and loyalty in event marketing.....	6
Process performance management: the impact of performance indicators on the organizational profitability .....	6
Comparative study on anxiety among sports and non-sports personnel in India and UAE .....	7
Japan's public private collaboration in a new paradigm of development cooperation: exploring trade and investment facilitation with a case of Cambodia .....	7
Managing careers in selected multinational companies .....	8
Work stress and turnover intentions: the mediating effect of job satisfaction and moderating effect of self-efficacy .....	8
Impact of corporate social responsibility on marketing performances of mobile companies in Jordan : managerial perspective .....	9
The customer perceptions of closing Islamic windows within the conventional banks in Qatar and its influence on banking performance .....	9
Scio-economic changes of women micro entrepreneurs in Kerala .....	10
✓ Cultural tourism management vs authenticity of tai-dam ethnic group in Thailand .....	10
Reviewing effectiveness of a change management program within a state-owned entity: individual change vs. organizational change dynamics .....	11
Retail service quality in context of hyper market of Dubai .....	11
The Meta analysis of the relationship between emotional intelligence and demographic profile, job stress, job satisfaction and turnover intention .....	12
The SMME adoption of social media technologies to enhance business competitiveness: towards a conceptual framework .....	12
Optimal mix of integrated marketing communication (IMC) for personal care and beverage, a Pakistani FMCG perspective .....	13

Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS), 24-25 April 2015

ภาพที่ ข-๙ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ  
Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS)  
ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต (ต่อ)

Session (III) Paper Presentations:			
Marketing and General Session	1. Impact of corporate social responsibility on marketing performances of mobile companies in Jordan, <b>Dr. Zakaria Ahmed Azzam</b> , Zarqa University, Jordan		
	2. The Customer Perceptions of Closing Islamic Windows within the Conventional Banks in Qatar and its influence on the Banking System Performance, <b>Abdul Ahad Abdul Basith</b> , Qatar University, Qatar		
	3. <u>Scio-economic changes of women micro entrepreneurs in kerala, Manipal University</u> <b>Dr. Taramol K G</b>		
	✓ 4. Cultural tourism management vs authenticity of Tai-Dam ethnic group in Thailand, <b>Dr. Donruetai Kovathanakul</b> , Khon Kaen University, Thailand		
	5. Reviewing Effectiveness Of A Change Management Program Within A State-Owned Entity: Individual Change Vs. Organizational Change Dynamics, <b>Mr. Xolani Ngonini</b> , Trans-Caledon Tunnel Authority (TCTA), South Africa		
	6. Retail service quality in context of hyper market of Dubai, <b>Dr. Saifur rahman</b> and <b>Dr. Mohammad Rizwan Alam</b> , University of Modern Sciences, Dubai	04:00	05:45
	7. The Meta analysis of the relationship between emotional intelligence and demographic profile, Job stress, Job satisfaction and turnover intention, <b>Dr. Meraj Naem</b> , Al Dar University College, Dubai		
<b>Comments by Prof. Dr. Syed Tahir Hijazi (Session Chair)</b>			
<b>Papers in absentia</b>			
1. The SMME adoption of social media technologies to enhance business competitiveness: towards a conceptual framework, <b>Dr. Patient Rambe</b> , South Africa			
2. Optimal mix of integrated marketing communication for personal care and beverage, a Pakistani fast moving consumer goods (FMCG) perspective, <b>Dr. Zulfiqar Ali Khan</b> and <b>Waseem Irshad</b> University of Central Punjab, Pakistan			

**2<sup>nd</sup> Day: Saturday April 25<sup>th</sup>, 2015**

2<sup>nd</sup> day of GCBMS-2015 is recreational and networking day, registered participants will be taken out for a visit to marvelous places of Dubai. Journey will start from 09:00 AM till 02:30 PM



[www.abmconferences.com](http://www.abmconferences.com) +971 5540 48011

ภาพที่ ข-๙ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS) ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต (ต่อ)

### Scio-economic changes of women micro entrepreneurs in Kerala

Taramo K.G.: Manipal University, Dubai, [tarapratheesh@gmail.com](mailto:tarapratheesh@gmail.com)

**Abstract:** Scio-Economic changes of Women Micro Entrepreneurs in Kerala Taramol. K.G. Assistant Professor Faculty of Management, Manipal University Dubai Email:tarapratheesh@gmail.com Abstract Economic development is the result of contributions of the working population, both male and female in the region. The status and role of women is changing all over the world and women have stepped out of the confines of their households, have multiplied their roles and responsibilities and empower their potentials. After independence India framed planning, strategies and techniques to boost up the nation's economic development for attaining a socialistic pattern of society. The result of all these measures is that the status and position of Indian women have much improved. The process of development would be incomplete and lopsided unless women are fully involved in it. Emancipation of women is an essential pre requisite for economic development and social progress of a nation. The Government of Kerala State in India has introduced a novel scheme of poverty alleviation based on micro credit and self-help grouping. To eliminate poverty particularly that affects women, they should be encouraged to undertake micro enterprises with available credit facilities from banks and through micro credit. Micro enterprises are small undertakings run by individuals or groups who take up responsibility of managing a business venture and often involved in the family activities. Development of micro enterprises can help to create immediate employment opportunities involving a number of women at low investment level. Kudumbashree views Micro Enterprise Development as an opportunity for providing gainful employment to the people below poverty line and thereby improving their income and living standard. When an enterprise is established and controlled by a woman, it not only boosts economic growth, but also has many desirable outcomes Key words: Micro enterprise, rural entrepreneurship, self-help groups, and women micro entrepreneur. Socio economic changes.

### Cultural tourism management vs authenticity of tai-dam ethnic group in Thailand

Donruetai Kovathanakul, PhD and Patipat Tunming Khon Kaen University, Thailand [kdonru@kku.ac.th](mailto:kdonru@kku.ac.th)

**Abstract:** This article mainly studies cultural tourism management and versus the authenticity of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand. The objectives are: 1. Study the cultural tourism management of Tai-Dam Ethnic Group in Thailand; and 2. to propose recommendations for cultural tourism management based on authenticity. The research methodology utilizes field surveys for collecting data and interviews. Followed by and analysis using descriptive method. The primary result found that the cultural and almost all of the authenticity are still preserved as a living museum. Finally, the researchers selected the results to discuss and propose recommendations for cultural tourism management and versus of authenticity of the indigenous group.

**Keywords:** Cultural Tourism Management, Authenticity, Tai-Dam

ภาพที่ ข-๙ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบ Proceeding and Oral Presentation ในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ  
Global Conference on Business Management and Social Sciences (GCBMS)  
ระหว่างวันที่ ๒๔ – ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอเมริกา (ต่อ)

# การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความแตกต่าง เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

## Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to support the ASEAN Tourism Plan

ดร.ดลฤทัย ไทวรรณกุล<sup>1</sup> ปฏิพัทธ์ ตันนิง<sup>2</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
<sup>2</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 ลอนดอน สหราชอาณาจักร พ.ศ. 2558



### ที่มาและความสำคัญ



### การทบทวนวรรณกรรม



### วัตถุประสงค์ และระเบียบวิธีวิจัย



### ผลการวิจัย

1. สถานการณ์ตลาดและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง

1.1 สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในลุ่มน้ำโขง (คน)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในลุ่มน้ำโขง (ล้านบาท)
2552	1,200,000	1,200
2553	1,300,000	1,300
2554	1,400,000	1,400
2555	1,500,000	1,500

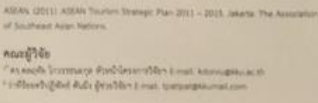
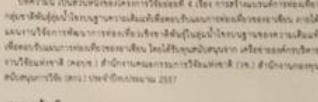
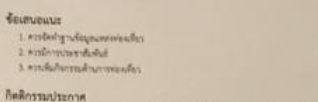
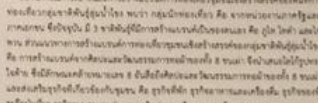
ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในลุ่มน้ำโขง (คน)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในลุ่มน้ำโขง (ล้านบาท)
2556	1,600,000	1,600
2557	1,700,000	1,700
2558	1,800,000	1,800
2559	1,900,000	1,900
2560	2,000,000	2,000

### 1.1.3 สินค้าและบริการ

ประเภทสินค้า/บริการ	ตัวอย่าง
1. สินค้า	ผ้าไหมมัดหมี่, ผ้าไหมมัดขิด, ผ้าไหมมัดขิด, ผ้าไหมมัดขิด
2. บริการ	บริการนำเที่ยว, บริการที่พัก, บริการร้านอาหาร, บริการรถเช่า
3. สินค้า	บริการนำเที่ยว, บริการที่พัก, บริการร้านอาหาร, บริการรถเช่า
4. บริการ	บริการนำเที่ยว, บริการที่พัก, บริการร้านอาหาร, บริการรถเช่า

### 1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง

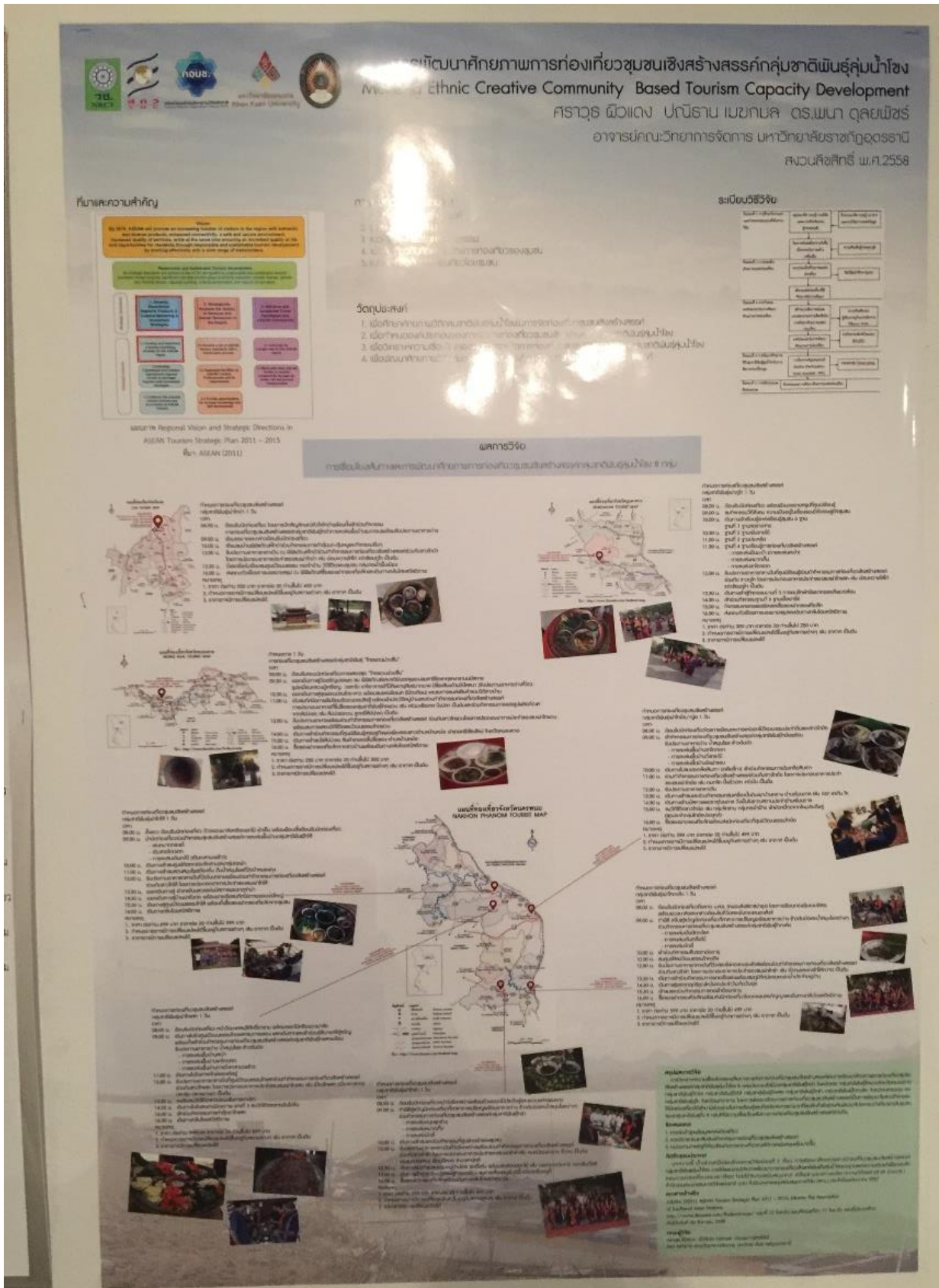
ประเภทสินค้า/บริการ	ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในลุ่มน้ำโขง (คน)
1. สินค้า	2552	1,200,000
2. บริการ	2553	1,300,000
3. สินค้า	2554	1,400,000
4. บริการ	2555	1,500,000



**สรุปการศึกษา**  
 สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง  
**ข้อเสนอแนะ**  
 1. การศึกษาข้อมูลของลุ่มน้ำโขง  
 2. การจัดการประชาสัมพันธ์  
 3. การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

**ผลการวิจัย**  
 1. สถานการณ์ตลาดและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง  
 1.1 สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลุ่มน้ำโขง

ภาพที่ ข-๑๐ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Groups Cultural Tourism Branding, to Support the ASEAN Tourism Plan ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓๓-๓๐ กันยายน ๒๕๕๘



ภาพที่ ข-๑๑ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Mekong Ethnic Groups Tourism Development Based on the Authenticity, to Support ASEAN Tourism Plan ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓๓-๓๐ กันยายน ๒๕๕๕

## โครงการวิจัยย่อยที่ 3 เรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups

ผศ.ดร.พรภัส สุวรรณรัตน์, ผศ.ดร.สมเกียรติ ภู่วินิจฉัย, ผศ.ดร.กัญญาสวรินทร์ ภู่วินิจฉัย, ผศ.ดร.กัญญาสวรินทร์ ภู่วินิจฉัย, ผศ.ดร.กัญญาสวรินทร์ ภู่วินิจฉัย

**ความเป็นมาของโครงการวิจัย**

โครงการวิจัยย่อยนี้มุ่งไปเพื่อกำหนดสาขาของธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการแข่งขันจาก 5 สาขาธุรกิจ คือ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่ง ของ 8 ชนชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ได้แก่ ไทดำ ไทพวน ไทลื้อ ไทเยอ แสก ชา ผู้ไท แสกละเลิง ชา และผู้ไท (ภูไท) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

**กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย**

**สรุปผลการวิจัย**

- การศึกษาความสามารถในการแข่งขันในแต่ละธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงจากการวิจัยพบว่าแต่ละชุมชนชาติพันธุ์มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกดังต่อไปนี้
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทดำ
    - อันดับ 1 ธุรกิจที่พักแรม
    - อันดับ 2 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 3 ธุรกิจนำเที่ยว
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทพวน
    - อันดับ 1 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 2 อาหารและเครื่องดื่ม
    - อันดับ 3 คมนาคมขนส่ง
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทลื้อ/ไทเยอ
    - อันดับ 1 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 2 ธุรกิจนำเที่ยว
    - อันดับ 3 อาหารและเครื่องดื่ม
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทเยอ
    - อันดับ 1 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 2 อาหารและเครื่องดื่ม
    - อันดับ 3 ธุรกิจนำเที่ยว
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทแสก
    - อันดับ 1 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
    - อันดับ 2 ธุรกิจนำเที่ยว
    - อันดับ 3 ที่พักแรม
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทกะเลิง
    - อันดับ 1 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 2 ธุรกิจนำเที่ยว
    - อันดับ 3 อาหารและเครื่องดื่ม
  - ชุมชนชาติพันธุ์ไทโซ่า
    - อันดับ 1 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 2 อาหารและเครื่องดื่ม
    - อันดับ 3 นำเที่ยว
  - ชุมชนชาติพันธุ์ผู้ไท
    - อันดับ 1 ธุรกิจที่พักแรม
    - อันดับ 2 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก
    - อันดับ 3 ธุรกิจนำเที่ยว
- ผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ที่มีชาติพันธุ์แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงแตกต่างกันโดยผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ที่มีชาติพันธุ์ผู้ไท/ภูไทมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงโดยรวม มากกว่าผู้เกี่ยวข้องธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีชาติพันธุ์อื่นๆ
- ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยอุปสงค์ ด้านปัจจัยกิจกรรมเชิงนโยบายและสนับสนุน ด้านความพร้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านปัจจัยภาครัฐ และด้านปัจจัยอื่นๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบซึ่งกันและกันต่อความสำเร็จของชุมชนจากการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง

ภาพที่ ข-๑๒ เผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบโปสเตอร์ เรื่อง Tourism Industry Competitiveness Enhancement of Mekong Ethnic Groups ในงานนิทรรศการ “สืบสานวิถีผ้าทอ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (Enrich the Way of Textile: Mekong Ethnic Groups)” ณ หอศิลป์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๓๓-๓๐ กันยายน ๒๕๕๘



ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมา  
และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

## ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขงบนฐานของความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน มีวัตถุประสงค์โครงการ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง ทัศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง ระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง และสร้างต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง

2. เพื่อศึกษาศักยภาพ กำหนดองค์ประกอบ วิเคราะห์ความเชื่อมโยง และพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง

3. เพื่อศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดสาขาธุรกิจท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว

4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขง

5. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในกลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน

โดยมีตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับ  
ตลอดโครงการ

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 1-2	1. ประชุมคณะผู้วิจัย เพื่อกำหนดทำความเข้าใจกับหัวหน้าโครงการย่อยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2. ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงใน 5 จังหวัด 8 กลุ่มชาติพันธุ์	1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงใน 5 จังหวัด 8 กลุ่มชาติพันธุ์ 2. อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 3. ศักยภาพวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 4. บริบททั่วไปและบริบทเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงในการจัดท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 5. ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยรวมใน 5 จังหวัดเป้าหมายและข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 8 กลุ่มชาติพันธุ์ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) 6. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ (initial draft) 7. ข้อมูลหัตถ์ภูมิสถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ 5 จังหวัด
เดือน 3-6	1. ประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อสรุปต้นแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว ระยะที่ 1 2. ประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อนำเสนอตัวอย่างแบรนด์ ระยะที่ 1	1. ต้นแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว 2. อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง (พื้นที่, ทรัพยากร, ประเพณีและวัฒนธรรม, การบริหารจัดการของชุมชน) / ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชน เจือปนใจของการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ และสถานการณ์ของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ / ใต้กลุ่มของอัตลักษณ์ คือ 1) อัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการอนุรักษ์ไว้เพื่อการท่องเที่ยว และ 2) อัตลักษณ์ที่ชุมชนไม่ต้องการขายให้กับนักท่องเที่ยว 3. องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 4. สาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ระดับความสามารถในการแข่งขันในแต่ละปัจจัยของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 5. ตัวอย่างร่างการสร้างแบรนด์ที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ เช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บุธส่งเสริมการท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์โฟน ของที่ระลึก / สรุปผลการเก็บข้อมูลภาคสนาม 50% / ข้อมูลสถานการณ์การตลาดของพื้นที่ 5 จังหวัด / นโยบาย และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับการตลาดจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง / ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบรนด์ที่ดีไซน์เนอร์พัฒนา
เดือน 7-12	ประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อระดมความเห็นสรุปแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน	1. อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของความเดิมแท้ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว / ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเดิมแท้ของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง 2. ความเชื่อมโยงของเส้นทางจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์ 3. ข้อเสนอแนะนโยบาย และมาตรการในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / ต้นแบบการศึกษาวเคราะห์เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการเพิ่มขีดความสามารถในการ

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
		<p>แข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์</p> <p>4. แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ตัวอย่างเช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริมการท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟน ของที่ระลึก</p> <p>5. ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขง โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานความเดิมแท้ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรงกับการท่องเที่ยว โดยใช้การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงเพื่อรองรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน</p>

จากการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับ  
ตลอดโครงการ ประกอบด้วย

1) ผลผลิต และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

2) ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ผลผลิต และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

การสร้างบรรณดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย ดังแสดงใน ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลผลิต และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
อันดับของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของความเข้มแข็งต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จากมุมมองของนักท่องเที่ยว / ต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนฐานความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง	ต้นแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ (ไทยน้อย) ลุ่มน้ำโขง บนพื้นฐานประสบการณ์ที่จริงแท้ต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ จำนวน 1 ต้นแบบ	ต้นแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ (ไทยน้อย) ลุ่มน้ำโขง บนพื้นฐานประสบการณ์ที่จริงแท้ต่ออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและอยู่ภายใต้ความต้องการและการมีส่วนร่วมของชุมชน
ความเชื่อมโยงของเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์	จำนวนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ในการพัฒนาตามมิติเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์	ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้
ข้อเสนอแนะนโยบาย และมาตรการในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง / ต้นแบบการการศึกษาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์	จำนวนข้อเสนอแนะการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อการจัดความยากจน	ข้อเสนอแนะการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงอาศัยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเพื่อการจัดความยากจน

ตารางที่ 2 ผลผลิต และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย (ต่อ)

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
แนวทางการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงบนฐาน ความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ ลุ่มน้ำโขง ตัวอย่างเช่น โลโก้ สโลแกน คู่มือการใช้แบรนด์ บูธส่งเสริม การท่องเที่ยว คู่มือนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ แอปพลิเคชันสำหรับ สมาร์ทโฟน ของที่ระลึก	จำนวนผลผลิตที่ได้จาก แบรนด์	แบรนด์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

### ผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง มีผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย ดังแสดงใน ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
การเผยแพร่ผลงานวิจัย	4 โครงการย่อย	ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	3 สำนักงานฯ	หน่วยงานสามารถนำไปใช้ในการวางแผน
กรมการท่องเที่ยว	1 กรม	การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1 หน่วยงาน	สามารถเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1 หน่วยงาน	การประชาสัมพันธ์และการตลาด สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยเป็นไปตามความต้องการของชุมชน