



Development and Promotion of Community Tourism through the Public-Private Collaboration according to the Thailand's Tourism Strategic: Case Study of the Communities in the Mun River Basin under the Lower Isan Tourism Development Area

Autthapon Sirivejjabhandu^{1*}

¹ Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University, Sisaket, Thailand

Article Info

Research Article

Article history:

Received: 11 July 2023

Revised: 23 October 2023

Accepted: 27 October 2023

Keyword

Tourism Development and Promotion,
Public-Private Collaboration,
Thailand's Tourism Strategic,
Tourism Development Area

Abstract

The objectives of this research were to: 1) to study the community tourism components and potentials of each community, and tourist attraction network to other destinations; 2) to analyze the environment of the civil state strategy and the Thailand's Tourism Strategy which concerns tourism of the target areas; and 3) to integrate the civil state strategy and the Thailand's Tourism Strategy in order to create the guideline for tourism development and promotion of the Mun River Basin Communities. Semi-Structured interview was used to collect useful information from 3 groups of purposive key informants, i.e., 1) government sector and state enterprise, 2) community, and 3) private sector and social enterprise. An analytic induction and SWOT analysis were used. The results of the study revealed that the each communities already had 4 tourism components, i.e., natural resources, local organization, management, and community-based learning. According to the Designated Areas for Sustainable Tourism Administration's Thailand community based tourism development criteria, which is classified into 28 aims, it was found that Baan Prasat had potential in very high level (28 aims). Baan Bu Sai and Suk Somboon also had potential in very high level, and they are equal in potential (25 aims). The potential evaluation of Baan Japoh and Baan Sanuan Nok were equal (23 aims), and this was in high level. Baan Chi Tuan was in high potential level as well (20 aims). The last one, Baan Tha Sawang, had moderate potential. As to the attraction network, the locations of the communities and other attractions around were considered, and it was found that the communities had potential in building connection in tourism business, supported by the civil state, in both agricultural and agri product processing aspects. Furthermore, they provided spatial structure of the tourist attraction cooperation network between communities in form of tourism products of civil state business clusters; in this context, the communities served as tourist destination and one kind of tourism products as well. According to the environment or SWOT analysis of the civil state strategy and the Thailand's Tourism Strategy, it was found that there were some aspects that can be integrated, i.e., marketing and management. The guidance of tourism development and promotion for the communities was divided in to 2 main strongholds. The first one was knowledge formation and social capital development for enhancing tourism network in the lower Isan civilization. Another one was marketing position for creating united identities of the Lower Isan Tourism Development Area.

*Corresponding author:

misterangkor@hotmail.com

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยกลไกภาครัฐ ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย : กรณีศึกษาชุมชนลุ่มน้ำมูลในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

อรรถพล ศิริเวชพันธุ์*

¹ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ข้อมูลบทความ	บทคัดย่อ
บทความวิจัย	การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบและศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในลุ่มน้ำมูลแต่ละแห่ง และความเชื่อมโยงในฐานะสินค้าการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (2) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลไกภาครัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว และ (3) เพื่อเสนอแนะรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกลไกภาครัฐที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ซึ่งการวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือ กับกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง ซึ่ง ณ ที่นี้คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม คือ (1) ภาครัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ (2) ชุมชน (3) ภาคเอกชนและวิสาหกิจ เพื่อสังคม จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบอุปนัยและวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชนในลุ่มน้ำมูล มีครบ 4 ด้าน คือ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์การชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ สำหรับศักยภาพการท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้น ใช้เกณฑ์การประเมิน 28 เป้าประสงค์ พบว่า บ้านปราสาทมีศักยภาพสูงที่สุด (28 เป้าประสงค์) บ้านบุไทรและสุขสมบูรณ์ มีศักยภาพสูงที่สุดเท่ากัน (25 เป้าประสงค์) บ้านจะโปะและบ้านสนวนนอก มีศักยภาพสูงเท่ากัน (23 เป้าประสงค์) บ้านชีทวน มีศักยภาพสูง (20 เป้าประสงค์) บ้านท่าสว่าง มีศักยภาพปานกลาง (18 เป้าประสงค์) สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลไกภาครัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พบว่ามีจุดแข็ง คือ การตลาดและการบริหารจัดการ ส่วนรูปแบบในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว กำหนดได้เป็น 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และทุนทางสังคมเพื่อเชื่อมโยงการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้แบบบูรณาการ และ (2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ และกำหนดตำแหน่งการตลาด เพื่อสร้างอัตลักษณ์ร่วมในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

บทนำ

ตามที่รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา โดยชูแนวคิด “พลังท้องถิ่น ขับเคลื่อนประชารัฐเพื่อการท่องเที่ยว” เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในฐานะเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนฐานราก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนนั้น ภาคตะวันออก เฉียงเหนือตอนล่าง คือพื้นที่หนึ่งซึ่งได้รับการกำหนดให้เป็น “เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้” 1

ใน 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากสภาพทางกายภาพของพื้นที่มีลักษณะชนบท แม้จะมีศักยภาพและทุนทางวัฒนธรรมปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก ทว่ายังคงมีสถานะเป็นเมืองท่องเที่ยวรองโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดของจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่น คือ คิดเป็นร้อยละ 2.3-2.5 (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2559) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องกระตุ้นและเสริมความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวในหัวเมืองรอง

ให้มีลักษณะเป็น “กลุ่มจังหวัด” เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) และให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างมูลค่าและคุณค่าแก่ชุมชน ทั้งนี้แนวคิดประชารัฐนั้น นอกจากจะมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมแล้ว ยังเป็นกลไกหนึ่ง ซึ่งใช้ในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ประเทศชาติ เริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ คือ ชุมชน หากชุมชนหนึ่ง ๆ สามารถเพิ่มผลผลิตการผลิต ณ ที่นี้คือสินค้าการท่องเที่ยวของตนให้สูงขึ้นได้ ในลักษณะ 1 ตำบล 1 การท่องเที่ยว ก็จะเป็นสิ่งที่ดี และเมื่อรวมกันหลายชุมชน ก็จะมีการเพิ่มขึ้นของการผลิต และส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้มีความเข้มแข็งอีกด้วย (สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว, 2559)

จากความสำคัญดังกล่าว เมื่อพิจารณาจากนโยบายการพัฒนาประเทศของภาครัฐ และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว จะพบว่าหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ คือชุมชนนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่สูงมากนักเนื่องจากในแต่ละชุมชนของประเทศไทยล้วนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ทั่วไป หรือมีแหล่งเรียนรู้ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวได้ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2556) ดังนั้นการพัฒนาชุมชน จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในกระบวนการเสริมสร้างและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กล่าวคือ มีกระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset-based) ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) รวมไปถึงคุณค่าเพิ่มทางสังคม (อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ, 2554)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้) เป็นอาณาบริเวณที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทุนวัฒนธรรม ประกอบด้วย แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ตลอดจนนิเวศวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวโดย

ชุมชน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากทำเลที่ตั้งจะพบว่า มีการวางตัวในแนวขวาง พาดยาวไปตามลำน้ำมูล ซึ่งเป็นพื้นที่มั่นคงทางอาหารที่หล่อเลี้ยงผู้คนในอาณาบริเวณนี้มายาวนาน ทั้งนี้แม่น้ำมูลนั้นมีความยาวกว่า ความยาว 640 กิโลเมตร และมีพื้นที่ลุ่มน้ำ 71,061 ตารางกิโลเมตร (กรมทรัพยากรน้ำ, 2555) พาดผ่านในแนวตะวันตก-ตะวันออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อีสานใต้) ซึ่งสัมพันธ์กับการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ และมีศักยภาพสอดคล้องกับ 1 ใน 4 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่สมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การส่งเสริม คือ การท่องเที่ยวทางเรือและการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากแม่น้ำเป็นฐาน (Cruise and River-based) (AESAN Secretariat, 2011) โดยทั้งนี้เนื่องจากแม่น้ำมูล ถือเป็นต้นธารของทรัพยากรการท่องเที่ยวตั้งแต่ยุคบรรพชีวินจนถึงปัจจุบัน ยกตัวอย่าง เช่น การพบซากช้างดึกดำบรรพ์จำนวนมากในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำมูล และสาขา ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ อำเภอลำทะเมนชัย โนนสูง จักราช พิมาย เมืองนครราชสีมา โดยเฉพาะที่ตำบลท่าช้างของอำเภอลำทะเมนชัยเพียง 1 ตำบล พบซากช้างดึกดำบรรพ์ถึง 8 สกูล จาก 42 สกูลที่พบทั่วโลก มีอายุอยู่ในสมัยไมโอซีนตอนกลางถึงสมัยไพลสโตซีนตอนต้น (16-0.8 ล้านปีก่อน) (สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2555) นอกจากนี้ยังพบการตั้งถิ่นฐานของชุมชนสมัยทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 11-16) กระจายตัวอยู่ในลุ่มน้ำมูลตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยมีพัฒนาการจากชุมชนจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรโบราณที่สำคัญ ได้แก่ เจนละ (จารึกปากแม่น้ำมูล) อาณาจักรเขมร (พบการกระจายตัวของอารยธรรมเขมรตลอดแนวของแม่น้ำ) ต่อเนื่องไปจนถึงอาณาจักรล้านช้าง และการกระจายตัวของชุมชนชาติพันธุ์ เช่น ลาว กูย เยอ บรู ซึ่งมีทำเลที่ตั้งของชุมชนตามลุ่มน้ำมูล (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2546) ด้วยศักยภาพดังกล่าว เป็นปัจจัยหลักพื้นฐานในการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดย สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2556) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำหนดทิศทางโดยชุมชน สามารถจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล และการท่องเที่ยวนี้ยังมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนเนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยว กับทรัพยากรที่ชุมชนใช้เป็นฐานการผลิตเป็นทรัพยากรเดียวกัน

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน นับตั้งแต่มีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อสท.) ซึ่งปัจจุบันคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นั้นจะเห็นได้ว่าการเข้ามาของหน่วยงานและองค์กรจะเป็นไปในลักษณะมุ่งเน้นการจัดการจากนโยบายลงสู่ชุมชน โดยเป็นการกำหนดงบประมาณโครงสร้างพื้นฐานแก่ชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลที่ตามมาก็คือคนในชุมชนเองอาจมิได้มีโอกาสมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยวเท่าที่ควร (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559) อย่างไรก็ตามในระยะต่อมาได้มีการกำหนด พระราชบัญญัติ กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ขึ้น เพื่อส่งเสริมบทบาทของท้องถิ่น และหนึ่งในภารกิจที่ท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนจากส่วนกลางก็คืองานด้านการท่องเที่ยว จากความสำคัญดังกล่าวได้นำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของทั้ง 3 ฝ่าย ทั้งภาครัฐ ประชาสังคม (ชุมชน) และเอกชน เรียกว่ากลไกประชารัฐ ซึ่งเป็นแนวคิดที่แสวงหาความสมดุลระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาของภาครัฐที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชน ตลอดจนภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ จากความสำคัญดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้สนใจที่จะศึกษาบริบทชุมชน ภายใต้กลไกประชารัฐที่จะส่งเสริมบทบาทให้กับท้องถิ่นได้มีโอกาสในการจัดการตนเองด้านการท่องเที่ยว ที่ได้รับการถ่ายโอนมาจากส่วนกลาง สอดคล้องกับ กระบวนการท่องเที่ยวและกีฬาที่กำหนดวิสัยทัศน์ภายใต้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ที่มีการกำหนดขึ้นในปี พ.ศ. 2558 คือ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

ทั้งนี้เพื่อสนองต่อนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ การวิจัยนี้จึงได้เกิดขึ้น โดยเห็นความจำเป็นที่จะต้องเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ประชาสังคม (ชุมชน) และเอกชนให้เป็นรูปธรรมและบูรณาการเชิงพื้นที่ เพื่อประโยชน์ในการนำมากำหนดเป็นรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยกลไกประชารัฐที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ภาพรวมของชุมชนในกลุ่มน้ำมูล เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้เชื่อมโยงกรอบแนวคิดและนโยบาย

ทั้งด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชารัฐ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย และเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ที่จะสามารถชี้ทำให้เกิดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระดับจังหวัด หรือคลัสเตอร์จังหวัด (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด) เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานกิจการด้านการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนทั้งในเชิงนโยบาย (Policy) การนำไปปฏิบัติ (Implement) และการติดตามตรวจสอบ (Monitoring) อีกทั้งเป็นทศนะแม่บท (Model) แก่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาองค์ประกอบและศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มน้ำมูลแต่ละแห่ง และความเชื่อมโยงในฐานะสินค้าการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลไกประชารัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ศึกษา
3. เสนอแนะรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยกลไกประชารัฐที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ภาพรวมของชุมชนในกลุ่มน้ำมูลเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การท่องเที่ยวชุมชน มี 4 องค์ประกอบ คือ (1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) องค์กรชุมชน (3) การจัดการ และ (4) การเรียนรู้
2. ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน 5 องค์ประกอบ คือ (1) การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (2) การจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี (3) การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ (5) การบริการ/ความปลอดภัย
3. การท่องเที่ยวชุมชนโดยกลไกประชารัฐ คือการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ประชารัฐที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน ภายใต้กลไกการมีส่วนร่วม 3 ฝ่าย คือ ภาครัฐบาล ชุมชน และเอกชน

4. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองคัปรอบ ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย คือ (1) การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว (2) การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และ (3) การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำมูล ภายใต้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ 5 จังหวัดที่บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี เข้าไปสนับสนุน

ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ซึ่งได้มีการกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 3 ส่วน แบบเจาะจง ก่อน จากนั้นจะทำการสัมภาษณ์ไปเรื่อย ๆ จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยในขั้นต้นจะยังไม่สามารถระบุขนาด (n) ได้ ซึ่งเรียกเทคนิคนี้ว่าการกำหนดตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เบื้องต้นได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ (1) บุคลากรสังกัดหน่วยงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา 5 จังหวัด ในพื้นที่ศึกษา และ (2) บุคลากรสังกัดหน่วยงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครราชสีมา สุรินทร์ และอุบลราชธานี)
2. ชุมชน คือ ผู้นำชุมชน ประธาน หัวหน้ากลุ่มคณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชน ที่บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด เข้าไปดำเนินการสนับสนุน
3. ภาคเอกชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ (1) คือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว (สภาอุตสาหกรรม/สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว) และ (2) กรรมการผู้จัดการหรือนักพัฒนาธุรกิจชุมชน บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) ในพื้นที่ศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (ชุดที่ 1) ที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา มุ่งเน้นการเก็บ

ข้อมูลกับชุมชน ณ ที่นี้คือผู้แทนหรือคณะกรรมการท่องเที่ยวฯ ดังประเด็น ได้แก่ (1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) องค์การชุมชน (3) การจัดการ และ (4) การเรียนรู้ เมื่อได้ผลทั้ง 4 ประเด็นครบถ้วน จะนำมาประเมินศักยภาพ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ 28 เป้าประสงค์ โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในแต่ละชุมชน เมื่อครบทั้ง 6 ชุมชนแล้ว ผู้วิจัยจะได้นำผลการศึกษา มากำหนดโมทัศน์เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว (สินค้าการท่องเที่ยว ซึ่ง ณ ที่นี้คือเส้นทางท่องเที่ยว) ในภาพรวมของกลุ่มน้ำมูล ซึ่งจะมีการตรวจสอบโมทัศน์ดังกล่าว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเวทีประชุมระดมความคิดเห็นต่อไป

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (ชุดที่ 2) ที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 5 จังหวัด และกรรมการผู้จัดการหรือนักพัฒนาธุรกิจชุมชน บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด 5 จังหวัด โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ประเด็น คือ (1) สินค้าและบริการ (2) ปัจจัยการผลิต (3) องค์ความรู้ (4) การตลาด (5) การสื่อสารและการรับรู้ และ (6) การบริหารจัดการ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และกำหนดความสัมพันธ์กันระหว่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย กับยุทธศาสตร์ประชารัฐ (กลุ่มงานท่องเที่ยวชุมชน) ซึ่งจะได้คืนข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียวิพากษ์ในเวทีประชุมระดมความคิดเห็นต่อไป

3. การประชุมระดมความคิดเห็น เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวิจัย จัดทำขึ้นเพื่อคืนข้อมูล ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียวิพากษ์ ตรวจสอบความถูกต้อง ให้ข้อเสนอแนะ และรับรองผลการศึกษา คือ (1) โมทัศน์ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว (สินค้าการท่องเที่ยว ซึ่ง ณ ที่นี้คือเส้นทางท่องเที่ยว) และ (2) ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และความสัมพันธ์กันระหว่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย กับยุทธศาสตร์ประชารัฐ โดยเป้าหมายในการประชุมระดมความคิดเห็น คือ การเปิดโอกาสให้ภาครัฐบาล ชุมชน และเอกชน ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ที่

3 และกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์สำหรับการท่องเที่ยวของชุมชนในกลุ่มน้ำมูลต่อไป

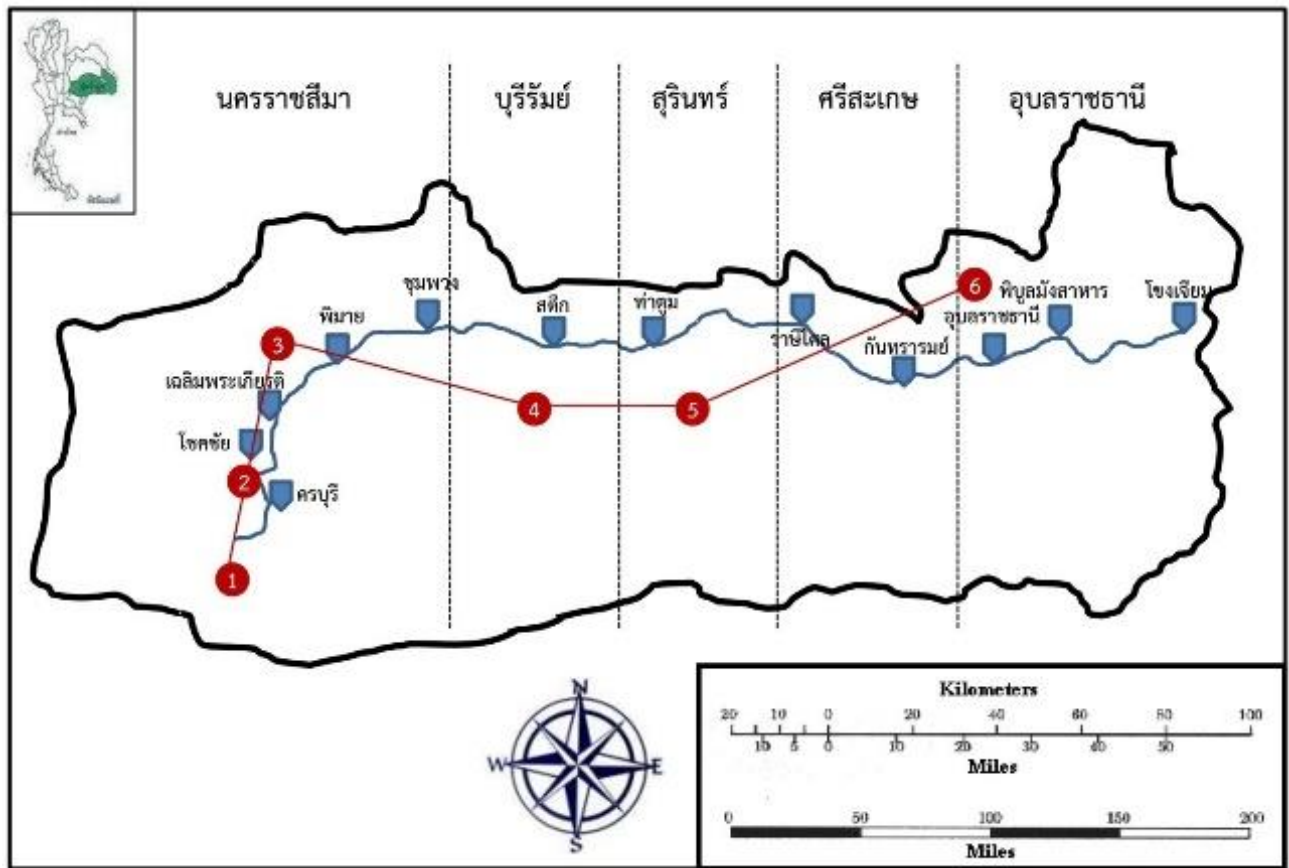
4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ เริ่มกระทำพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย (1) การสัมภาษณ์ครั้งที่ 1 และสนทนากลุ่ม ใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ร่วมกับการสังเกตและจดบันทึก เพื่อทำการจำแนกหมวดหมู่ของข้อมูล ในการอธิบายองค์ประกอบ ศักยภาพ และการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว (2) การสัมภาษณ์ ครั้งที่ 2 ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผู้วิจัยเป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง บนพื้นฐานข้อเท็จจริงจากข้อมูลที่ได้ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนอันเป็นพื้นที่ศึกษา กับนโยบายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะได้รับการตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้งในเวทีระดมความคิดเห็น และ (3) การระดมความคิดเห็น มุ่งวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจำแนกหมวดหมู่ของข้อมูล และการอภิปรายผลเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน ตามประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย กับยุทธศาสตร์ประชารัฐ โดยมีเป้าหมายคือการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์แก่ชุมชนท่องเที่ยวใน กลุ่มน้ำมูล (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้) เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ระหว่างรัฐบาล ชุมชน และเอกชน

ผลการวิจัย

องค์ประกอบและศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ศึกษาแต่ละแห่ง และความเชื่อมโยงในฐานะสินค้าการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

การอธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ศึกษาแต่ละแห่งในครั้งนี้ พิจารณาตามโครงสร้างองค์ประกอบ การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย (1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ได้แก่ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

มีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (2) ด้านองค์กรชุมชน ได้แก่ ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ ผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย และชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา (3) ด้านการจัดการ ได้แก่ มีกฎ - กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน และ (4) ด้านการเรียนรู้ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน ทั้งนี้สำหรับพื้นที่ศึกษานั้น พิจารณาจากการที่ บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ในแต่ละจังหวัดได้คัดเลือกให้เป็นพื้นที่ต้นแบบ/นำร่อง ประกอบไปด้วย (1) บ้านบุไทร และสุขสมบูรณ์ ต.ไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา (2) บ้านจะโปะ ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (3) บ้านปราสาท ต.ธารปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา (4) บ้านสนวนนอก ต.สนวน อ.ห้วยราช จ.บุรีรัมย์ (5) บ้านท่าสว่าง ต.ท่าสว่าง อ.เมืองสุรินทร์ จ.สุรินทร์ และ (6) บ้านชีทวน ต.ชีทวน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี โดย จ.ศรีสะเกษ ไม่ปรากฏชุมชนท่องเที่ยวที่ประชารัฐเข้าไปสนับสนุน อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำมูล (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้) ให้มีความต่อเนื่องครบทั้ง 5 จังหวัด การวิจัยครั้งนี้จะได้เชื่อมโยงกิจการอื่น (เกษตร และแปรรูป) ของ จ.ศรีสะเกษ ที่ประชารัฐเข้าไปสนับสนุน เพื่อกำหนดเป็นสินค้าการท่องเที่ยว ซึ่ง ณ ที่นี้คือเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับพื้นที่อื่น ๆ ทั้งนี้สามารถอธิบาย 4 องค์ประกอบ ได้ดังต่อไปนี้



รูปภาพที่ 1 ที่ตั้งของชุมชนการท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้การสนับสนุนในพื้นที่ศึกษา (หมายเลข 1-6)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ภาพรวมของชุมชนทั้ง 6 แห่งมีสภาพธรรมชาติเป็นแบบนิเวศพัฒนา กล่าวคือสภาพธรรมชาติดั้งเดิมได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม บางชุมชนยังคงหลงเหลือป่าชุมชน เช่น บ้านชีทวน ในขณะที่บางชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติที่ติดกับพื้นที่อนุรักษ์ เช่น บุไทรและสุขสมบูรณ์ คืออุทยานแห่งชาติทับลาน จึงทำให้บริบทพื้นที่มีความสมบูรณ์ มีฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในขณะที่ชุมชนอื่นจะมุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมเป็นหลัก อย่างไรก็ตามทุกชุมชนมีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลและห้วยสาขา จากความสำคัญดังกล่าวภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscapes) ของชุมชนโดยภาพรวมจึงเป็นลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบทที่มีการกระจายของกลุ่มวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Cultural Diffusion) อยู่ทั่วไป เช่น นครราชสีมา ประกอบด้วย กลุ่มไทยเบิ้ง หรือไทยโคราช ไทยยวน ในขณะที่บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษ มีชาติพันธุ์ร่วม ประกอบด้วย เขมร กูย ลาว และอุบลราชธานี มีกลุ่ม

ชาติพันธุ์ที่มีลักษณะเฉพาะ คือ ชาวยุ เป็นต้น ซึ่งความหลากหลายดังกล่าวมีผลต่อรูปแบบการดำรงชีวิตไม่ว่าจะเป็นด้านการเกษตร การแปรรูป และการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนแล้วแต่อาศัยฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งเป็นบริบทของชุมชนเป็นฐาน

2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนทั้ง 6 แห่ง มิได้เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่แรกเริ่ม แต่เกิดจากกลุ่มอื่น ๆ มาก่อน เช่น กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กลุ่มวัฒนธรรม และกลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น ทั้งนี้เมื่อมีผู้มาเยือนชุมชน ประกอบกับได้รับการพัฒนาและส่งเสริมจากหน่วยงานหรือองค์กรภายนอก จึงก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อจัดการการท่องเที่ยวขึ้น ภายใต้คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีโครงสร้างแบบเป็นทางการคือผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำ ในขณะที่คณะกรรมการเกิดขึ้นจากการผสมกลุ่มต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มงานฝีมือ (จักสาน ทอผ้า หัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น) และได้จัดตั้งกลุ่มใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว คือ กลุ่ม

มัคคุเทศก์ กลุ่มโฮมสเตย์ และกลุ่มยานพาหนะ ทั้งนี้ทุกกลุ่มล้วนเกิดจากความสมัครใจ โดยมีได้บังคับ ดังจะเห็นได้จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์หากครัวเรือนใดมีความพร้อม และสามารถเข้าร่วมหรือออกจากกลุ่มได้โดยไม่มีเงื่อนไข ซึ่งคนในกลุ่มมีการรับรู้ร่วมกันว่างานดังกล่าวเป็นไปในลักษณะอาสาสมัคร เป็นกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงความภูมิใจในชุมชน ไม่แสวงหาผลกำไร แต่อาจมีรายได้เสริมเล็กน้อยเพิ่มเติมจากรายได้หลักคือเกษตรกรรมหรือการแปรรูปเพื่อให้งานท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกที่ตีร่วมกันในชุมชนของตน

3. ด้านการจัดการ สามารถสรุปได้ว่า ชุมชนทั้ง 6 แห่ง มีโครงสร้างแบบแนวราบ กล่าวคือ แม้ประธานกรรมการจะมีบทบาทสูงสุด แต่มีการกระจายอำนาจให้กลุ่มต่าง ๆ สามารถรับงานและประสานงานกันได้เอง เช่น กลุ่มโฮมสเตย์สามารถรับแขกได้ ซึ่งไม่มีสายงานสั่งการที่เคร่งครัด เนื่องจากชุมชนมีลักษณะเป็นเครือญาติ มีความไว้วางใจซึ่งกันและกันแบบสังคมปฐมภูมิ (ดังจะเห็นได้จากคนในชุมชนมักมีนามสกุลเดียวกัน) ดังนั้นกฎระเบียบจึงไม่เคร่งครัด เน้นบอกกล่าวด้วยวาจา เกิดความเข้าใจร่วมกันอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของคน 3 วัย คือ เด็กและเยาวชน วัยทำงาน (แม้มีไม่มาก) และผู้สูงอายุ เพื่อจัดสรรงานตามที่ถนัดในช่วงวัย เช่น เด็กและเยาวชนทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์หรือการแสดงพื้นบ้าน วัยทำงานเป็นผู้ประสานงาน/สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก ส่วนผู้สูงอายุ ทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน จากความสำคัญดังกล่าวจึงทำให้เกิดการให้และการกระจายงาน กระจายรายได้ และที่สำคัญ คือ การกระจายความสุขความภูมิใจให้เกิดขึ้นกับคนทั้ง 3 วัยในชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้ ชุมชนทั้ง 6 แห่ง มีลักษณะฐานการเรียนรู้ร่วมกันคือการเกษตร เน้นพืชไร่ และเป็นพืชเชิงเดี่ยวเป็นหลัก ยกเว้นชุมชนในเขตทิวเขา คือ อ.วังน้ำเขียว ซึ่งนิยมปลูกพืชสวนด้วย ส่วนการแปรรูป เน้นงานหัตถกรรม โดยมากคือผ้าทอมือ เครื่องประดับ และการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรเพื่อการบริโภค เมื่อมีการแปรรูปมาก จึงเป็นผลให้แหล่งผลิตนั้นเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ จึงได้มีการกำหนดให้เป็นฐานการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจัดตั้งขึ้นในครัวเรือน โดยไม่จำเป็นต้องมาจัดแสดงที่ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เพื่อเกิดความสะดวกแก่ผู้ให้ความรู้เองและผู้มาเยือน ที่สามารถเยี่ยมชมได้

ตลอดเวลา มีลักษณะเป็นแหล่งเรียนรู้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จากการลงมือปฏิบัติทำ เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อการถ่ายทอดหรือสาธิตมากกว่าการบรรยาย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทุนที่มีในชุมชน และคุณค่าที่เกิดขึ้นให้แก่สินค้าและบริการที่ชาวบ้านไม่คิดว่าจะขายได้ ไปสู่สินค้าการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การเรียนรู้ร่วมกัน

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละแห่งนั้น ได้ใช้เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นแนวทาง ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน 28 เป้าประสงค์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555) โดยการกำหนดศักยภาพมีการกำหนดระดับ คือ (1) ศักยภาพต่ำที่สุด อยู่ระหว่าง 1-6 เป้าประสงค์ (2) ศักยภาพต่ำ อยู่ระหว่าง 7-12 เป้าประสงค์ (3) ศักยภาพปานกลาง อยู่ระหว่าง 13-18 เป้าประสงค์ (4) ศักยภาพสูง อยู่ระหว่าง 19-24 เป้าประสงค์ และ (5) ศักยภาพมากที่สุด อยู่ระหว่าง 25-28 เป้าประสงค์ ทั้งนี้การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ได้ใช้แบบประเมิน และการสนทนากลุ่ม กับผู้นำชุมชน ประธาน หัวหน้ากลุ่ม คณะกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชน เพื่อประเมิน/หาข้อสรุปร่วมกัน ปรากฏผลเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 บ้านปราสาท (28 เป้าประสงค์) อยู่ในระดับศักยภาพสูงที่สุด ลำดับที่ 2 บ้านบุไทรและสุขสมบูรณ์ (25 เป้าประสงค์) อยู่ในระดับศักยภาพสูงที่สุด ลำดับที่ 3 บ้านจะโปะและบ้านสนวนนอก (23 เป้าประสงค์) อยู่ในระดับศักยภาพสูง ลำดับที่ 4 บ้านชีทวน (20 เป้าประสงค์) อยู่ในระดับศักยภาพสูงและลำดับที่ 5 บ้านท่าสว่าง (18 เป้าประสงค์) อยู่ในระดับศักยภาพปานกลาง

ความเชื่อมโยงของชุมชนการท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำมูล หรือเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ในครั้งนี้เป็นการกำหนดมโนทัศน์เพื่อพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา การวิเคราะห์มโนทัศน์ดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์แบบอุปนัย ซึ่งมีสอดคล้องกับแนวทางตามทฤษฎีฐานราก อันเป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากมุมมองและการให้ความหมายจากปรากฏการณ์ นำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์ และหาความเชื่อมโยงต่าง ๆ ให้ได้ข้อสรุปสำหรับอธิบายและทำความเข้าใจ

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ซึ่งเป็นบริบทของชุมชน ควรต้องพิจารณาว่าไม่ควรห่างไกลเกินรัศมี 60 กิโลเมตร (หรือเข้าถึงโดยรถยนต์ไม่เกิน 1 ชั่วโมงโดยเฉลี่ย) จากชุมชน เพื่อให้สามารถจัดเส้นทางหรือกำหนดรายการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลางได้ โดยเป้าหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ การกำหนดมโนทัศน์ในการสร้างสินค้าการท่องเที่ยว ณ ที่นี้คือเส้นทางท่องเที่ยว ตลอดจนรายการท่องเที่ยว ที่พยายามให้แต่ละชุมชนเป็นศูนย์กลางในการกระจายนักท่องเที่ยวออกไป เชื่อมโยงชุมชนกับกิจการของประชารัฐ เพื่อให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับกิจการที่ประชารัฐสนับสนุน คือ เกษตรแปรรูป และท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้นำไปจำหน่ายในรูปแบบแพ็คเกจท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมของกลไกประชารัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลไกประชารัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 ในด้านการท่องเที่ยวในครั้งนี้ เกิดจากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีตัวแทนคือกรรมการผู้จัดการและนักพัฒนาธุรกิจชุมชน ในพื้นที่ 5 จังหวัด ซึ่งกำกับดูแล บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ตัวแทนจากสำนักงานงานท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว จึงมีการนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ซึ่งผลการศึกษาพบว่ายุทธศาสตร์ 3 ด้านของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 5 ด้านของประชารัฐนั้น สามารถบูรณาการได้ถึง 2 กระบวนการ คือ การบริหารจัดการ และการตลาด ซึ่งเมื่อบูรณาการกันแล้วจะทำให้เหลือเพียง 6 กระบวนการที่จะนำไปสู่การปฏิบัติงานร่วมกัน ได้แก่ (1) การสร้างองค์ความรู้ (2) การพัฒนาทุนทางสังคม (3) การเชื่อมโยงสินค้าและบริการ (4) การบริหารจัดการ (5) การตลาด และ (6) การสื่อสารและการรับรู้ ซึ่งจุดแข็งโดยภาพรวมของพื้นที่ คือ การที่ชุมชนมีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพียงพอต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างขึ้นมา จุดอ่อนคือการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยวและไม่มั่นใจว่าสินค้าการท่องเที่ยวของตนเองจะได้รับความนิยมหรือไม่ โอกาสคือการได้รับเลือกเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และข้อจำกัดคือการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการ

ท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอนซึ่งมีผลต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

รูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมประชารัฐการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

จากการบูรณาการประชารัฐการกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการนำ 6 กระบวนการที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม มารวมความคิดเห็น ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้ (1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และทุนทางสังคมเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำมูล (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้) แบบบูรณาการ ประกอบด้วย การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาทุนทางสังคม การเชื่อมโยงสินค้าและบริการ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน (2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ และกำหนดตำแหน่งการตลาด เพื่อสร้างอัตลักษณ์ร่วมของชุมชนท่องเที่ยวในลุ่มน้ำมูล (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้) ประกอบด้วย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และการสื่อสารรับรู้อัตลักษณ์ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ร่วมสร้างขึ้นนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้กำหนดตัวชี้วัดที่จะนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป

การอภิปรายผล

ประเด็นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐ การวิจัยครั้งนี้พบว่า ชุมชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ส่วนใหญ่ดำเนินการตามแนวทางประชารัฐที่บูรณาการยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ที่จำแนกออกได้เป็น 2 มิติ คือ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลไกจากนโยบายสู่ท้องถิ่น สอดคล้องกับ พงษ์ภานุ เสวตรุนทร์ (2559) ที่ได้กล่าวว่าท้องถิ่นควรมีบทบาทในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว เน้นการเข้าถึงและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวของชาวบ้าน แต่ต้องพัฒนากระบวนการของชุมชนขึ้นมาแทนที่ ทั้งนี้จะต้องมีการกลไกการบริหารจัดการแบบบูรณาการ บุคลากรยังต้องยกระดับทักษะและความรู้ให้สามารถแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพรลภัส สุวรรณรัตน์ (2559) เรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำ

โขง พบว่าการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป้าหมายของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ต้องเกิดจากชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐบาล ในทิศทางเดียวกัน ประเวศ วะสี (2559) กล่าวว่า ความสามัคคีสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับประชารัฐว่า ยุทธศาสตร์ประชารัฐสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากนั้น คือการพัฒนาความเข้มแข็งของรากฐานประเทศ ถ้าหากฐานของประเทศแข็งแรงจะรองรับประเทศทั้งหมดได้อย่างมั่นคง ผวนกับอีกแนวคิดหนึ่งเข้าด้วยกันนั่นคือประชารัฐ หมายถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคประชาสังคม (ชุมชน) ภาคธุรกิจ (เอกชน) กล่าวคือภาครัฐนั้นมีอำนาจรัฐ ภาคธุรกิจนั้นมีความสามารถในการจัดการมากกว่าภาคอื่น และภาคประชาสังคมก็เข้าถึงความละเอียดอ่อนของมนุษย์

ประเด็นกลไกประชารัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ในการสร้างตัวตนของพื้นที่นั้น การวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีการนำอัตลักษณ์มาสื่อความหมาย (Interpretation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมขอม มาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกาญจน์ ไชยเมืองดี (2556) เรื่องวิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าการร่วมเวทีเสวนาปฏิบัติการ อาศัยกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อให้ทราบบริบทและศักยภาพของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถกำหนดการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวร่วมกับการดำเนินธุรกิจชุมชนอื่นได้อย่างมีศักยภาพ สำหรับประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น การวิจัยครั้งนี้พบว่า การพัฒนาและส่งเสริมดังกล่าว ต้องอาศัยการบูรณาการแบบกลุ่มจังหวัด และในแต่ละหน่วยย่อยหรือชุมชน ควรจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจ โดยเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับกิจกรรมการผลิตหรือการแปรรูป ที่มีสินค้านำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power) ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถใช้สำหรับใช้ในการเสริมอำนาจ การมีส่วนร่วม รวมไปถึงการต่อรองกับภาครัฐ สอดคล้องกับ อนุวัตร อินทนา (2557) ที่พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนในระยะเริ่มแรกที่ผ่านมา ชาวบ้านตกอยู่ในสถานะของ “ผู้ถูกท่องเที่ยว” แต่ปัจจุบันการจัดการการท่องเที่ยวจะต้องใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการต่อรองเพื่อการจัดการผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต และ

วัฒนธรรมของตน สร้างอัตลักษณ์ในการการท่องเที่ยวทาง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทั้งนี้แม้หลายชุมชนไม่สามารถปฏิเสธการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้ แต่สิ่งที่คาดหวังคือพื้นที่ให้ตนเองได้มีสิทธิในการจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องต่อความต้องการ สะท้อนผลประโยชน์ให้สังคมได้รับรู้ถึงตัวตนและความเท่าเทียม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องวางชุมชนให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมีภาครัฐบาลและเอกชนเป็นกลไกในการสนับสนุน ทำให้ชุมชนเป็นพื้นที่สาธารณะร่วม (Co-working Space) ในส่วนของศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ศึกษาแต่ละแห่ง จะต้องให้ชุมชนร่วมกันสำรวจรวบรวมและจัดกิจกรรมด้วยตนเอง โดยชุมชนที่มีความพร้อมอาจมีสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ชุมชนที่ยังไม่สามารถรองรับด้านบริการอาจมีสถานะเป็นแหล่งเรียนรู้ ควรกำหนดพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวหลัก แหล่งท่องเที่ยวรอง และแหล่งท่องเที่ยวพิเศษตามเทศกาล ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ จะต้องสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงการท่องเที่ยวสำหรับคนทุกกลุ่ม (Tourism for All)

2. ด้านสภาพแวดล้อมของกลไกประชารัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 นั้นจะต้องพิจารณาสภาพหรือความเดิมแท้ (Ethnicity) นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลจะต้องเป็นเพียงเสริมทิศ แต่ชุมชนจะต้องมีแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง โดยประชารัฐเป็นผู้ประสานเอกชนและหน่วยงานรัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งนี้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของชุมชนดังกล่าวจะต้องมุ่งเน้นความยั่งยืนมากกว่าการสร้างรายได้หรือปริมาณนักท่องเที่ยว และจะต้องให้ยุทธศาสตร์นั้น สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก 8 ประการ (8 Megatrends) ได้แก่ โลกาภิวัตน์ สังคมสูงวัย สังคมเมือง ชีวิตดิจิทัล สุขภาพและความปลอดภัย การคมนาคมขนส่ง สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ และประชาคมโลก

3. ด้านรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมประชารัฐการท่องเที่ยวที่สอดคล้องยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ตรงกับความต้องการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และเอกชน จะต้องเป็นไปในรูปแบบของหุ้นส่วนการพัฒนา บนหลักการพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefit) ควรดึงหน่วยงาน เช่น องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ หรือผลักดันตลอดจนสร้างแรงจูงใจให้เอกชนเข้ามาจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร อีกทั้งผลักดันสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไปสู่ระบบการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geography Indicators: GI) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่สาธารณะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่า การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่นั้น ยังมีการวางแผน ที่แตกต่างกัน แม้จะมียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยก็ตาม ดังนั้นควรบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างสำนักงานจังหวัดต่าง ๆ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กับสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด เพื่อกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ มีทิศทางเดียวกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. ปัจจุบันกลไกภาครัฐยังคงมีการขับเคลื่อนอยู่ แม้จะมีการเปลี่ยนผ่านรัฐบาล อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้พบว่าในระยะหลังนั้น ภาครัฐมุ่งเน้นไปที่การแปรรูปมากกว่าการท่องเที่ยว อันเนื่องมาเหตุผลด้านการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมา ดังนั้นจึงควรมีการฟื้นฟูภารกิจด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐให้ครอบคลุมทั้งเกษตร แปรรูป และการท่องเที่ยว

3. การวิจัยครั้งนี้พบว่า การดำเนินงานของภาครัฐควรมีลักษณะเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public Private Partnership: PPP) แต่ก็มีลักษณะพิเศษคือการดึงเอา

ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วย ดังนั้นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงจะต้องกำหนดนโยบายที่เป็นสาธารณะ เป็นนวัตกรรม และมีการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SLROI) ร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากหลายชุมชนในพื้นที่ศึกษา นอกจากจะเป็นพื้นที่เป้าหมายของภาครัฐแล้ว ยังเป็นชุมชนที่อยู่ภายใต้การพัฒนาของภาครัฐอื่น ๆ เช่น การเป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว และหมู่บ้านโอท็อปนวัตกรรม (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย) หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม) ชุมชนคุณธรรมฯ บวรออนทัวร์ (กระทรวงวัฒนธรรม) เป็นต้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำยุทธศาสตร์ แผนงาน หรือโครงการของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้กล่าวข้างต้น มาบูรณาการเพื่อลดความซ้ำซ้อน ให้การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนมีเอกภาพ

2. ด้านสภาพแวดล้อมของกลไกภาครัฐและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ในอนาคตอาจต้องศึกษากับกลยุทธ์การท่องเที่ยวฉบับใหม่ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ร่วมด้วย

3. ด้านรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมประชารัฐการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ที่ตรงกับความต้องการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และเอกชน ในอนาคตอาจจำเป็นต้องศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวร่วมกับนอกเหนือจากนักท่องเที่ยวตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น กลุ่มที่มุ่งค้นหาวรรณกรรมใหม่ อันแตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคยหรือกลุ่มที่นิยมแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ เพื่อขยายตำแหน่งทางการตลาดให้กว้างขึ้น โดยใช้อัตลักษณ์หรือภูมิพลังแผ่นดิน (Soft Power) เข้าร่วมด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพยากรน้ำ. (2555). *ทรัพยากรน้ำในภาคอีสาน*. กรุงเทพฯ : กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *การบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชลธิกาญจน์ ไชยเมืองดี. (2556). *วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประเวศ วะสี. (2559). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน จุดความจัดการพัฒนาทุกด้าน*. กรุงเทพฯ : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

พงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์. (2559). *บทบาทของท้องถิ่นในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยววิถีไทย*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

พรลภัส สุวรรณรัตน์. (2559). *การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). *ธุรกิจท่องเที่ยวปรับกลยุทธ์รับโอกาส และความท้าทายปี 2560*. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2546). *แอ่งอารยธรรมอีสาน*. กรุงเทพฯ : มติชน.

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2556). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่ : สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว.

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2555). *ช้างศึกดำบรรพโคราช*. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว. (2559). *ไทม์ไลน์ Quick win คิกออฟพลังประชารัฐขับเคลื่อนท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2559). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ : อพท.

อนุวัตร อินทนา. (2557). *การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ : เสี่ยงสะท้อนของกลุ่มชาติพันธุ์ในโลกเสรีนิยมใหม่*. เชียงใหม่ : สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน.

อาคม เติมพิทยาไพสิฐ. (2554). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

AESAN Secretariat. (2011). *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*. Jakarta: Association of Southeast Asian Nations.