

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม: กิจกรรม
สร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชนผู้ไทบ้านโพน
จังหวัดกาฬสินธุ์*

Creative Cultural Tourism: Additional Revenue
Activities for Phutai's Ban Phon Community in
Kalasin Province

สุชานาถ สิงหนาด**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์เพื่อสร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชนผู้ไทบ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่มโดยคัดเลือกแบบเจาะจง กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 22 คน ร่วมกับนักท่องเที่ยวจำนวน 60 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยบ่งชี้

* ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ บุญเที่ยง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะ ขอขอบคุณสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (A lecturer of Program In Cultural Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, Kalasin University) Email: aor_queen@hotmail.com

ความสำเร็จในการให้บริการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของชุมชนผู้ไทบ้าน
โฟน คือ การนำกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (5Ps) มาใช้สร้างความพึงพอใจแก่กลุ่ม
โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ชุมชนโดยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชนอย่างสร้างสรรค์ โดยไม่ได้เน้นที่การ
แสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว แต่เน้นการให้บริการแก่สังคมอย่างเป็นธรรม

คำสำคัญ : ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม, หมู่บ้านโฮมสเตย์, กิจกรรมสร้าง
รายได้

Abstract

This research aimed to investigate activities for creative cultural tourism and homestay for additional revenue in Phutai's Ban Phon community, Kalasin province. Questionnaire and group discussion was used in qualitative research method. Target groups were 22 stakeholders and 60 tourists collected by purposive sampling methods. The result indicated that the key successful factors in service for cultural tourism and home stay in Phutai's Ban Phon community Phutai's Ban Phon community was using marketing mix model (5Ps) for improving tourism satisfaction via learning by doing through creative cultural tourism program and homestay activities with people in the village. These events are not focusing on maximize profit but fair trade for social fairness.

Keywords: Creative Cultural Tourism, Homestay Village, Revenue Activities

1. บทนำ

ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเกษตรได้ตลอดปี ภูมิสังคมและวัฒนธรรมไทยจึงมีความผูกพันและเชื่อมโยงกับอาชีพเกษตรกรรมมาอย่างยาวนาน ต้นทุนด้านการเกษตรถือเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักแก่ประเทศไทยในอดีต อย่างไรก็ตาม ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (2559) รายงานว่า ในปัจจุบันแหล่งสร้างรายได้หลักแก่ประเทศไทยมากที่สุด สามอันดับแรกมาจากการส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรม (6,029,997 ล้านบาท) ภาคการท่องเที่ยวและบริการ (2,510,779 ล้านบาท) และการส่งออกสินค้าภาคเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (1,285,907 ล้านบาท) แม้ว่าตัวเลขรายได้จากการส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรมจะทำให้รายได้เข้าประเทศสูงที่สุด แต่ความจริงแล้วผลตอบแทนส่วนใหญ่มักกลับเป็นของกลุ่มทุนต่างประเทศที่เข้ามาตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อประกอบธุรกิจในประเทศไทย ผลประโยชน์ที่คนไทยได้รับจึงเป็นเพียงส่วนน้อย ผิดกับรายได้จากกิจกรรมภาคการท่องเที่ยวและบริการและภาคการเกษตรที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและการขยายตัวของเศรษฐกิจฐานราก ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงพยายามผลักดันนโยบายด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่เศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา, 2559: 34-45) การท่องเที่ยววิถีไทยถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่รัฐบาลนำมาใช้ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งอุดหนุนสินค้าพื้นบ้าน (OTOP) ของแต่ละจังหวัดหรือกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว อาทิ สถานที่สำคัญเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถานที่สำคัญทางศาสนา แหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

ชุมชนผู้ไทบ้านโปง ตำบลโปง อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นหนึ่งในกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบการดำเนินวิถีชีวิตบนฐานวัฒนธรรมของตนเอง โดยยังคงยึดถือจารีตประเพณีของชาวผู้ไทที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มอย่างเหนียวแน่น อาทิ ภาษาพูด การทอผ้าและการแต่งกายด้วย

ผ้าแพรวา การประกอบอาหาร ศิลปะการฟ้อนผู้ไท เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแสดงออกถึงอัตลักษณ์ (identity) และมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (intangible cultural heritage) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองและความเข้มแข็งของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทที่สั่งสมมาแต่ครั้งอดีต (ภูวดล ศรีวิเรศ, 2558: 74-75) ผลิตรักผ้าแพรวา หนึ่งในมรดกวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทที่มีความวิจิตรบรรจง สร้างความอัศจรรย์ใจแก่ผู้ที่ได้สัมผัสและสวมใส่จนได้รับการขนานนามว่าเป็น “ราชินีแห่งไหม” (วัชรินทร์ ศรีรักษา, 2543: 31-34) ประกอบกับการได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งสหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน กาฬสินธุ์ จำกัด ขึ้นในพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และส่งเสริมกิจกรรมการทอผ้าแพรวาให้เป็นแหล่งรายได้เสริมจากการทำนาแก่ราษฎรในพื้นที่ ทำให้ผลิตรักผ้าไหมแพรวากลายเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบัน (ชาติ วรรณกุล และคณะ, 2542: 97-116)

อย่างไรก็ตาม ผลิตรักผ้าแพรวาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อไปนั้นมีราคาสูง เพราะเป็นของที่พ่อค้าคนกลางรับจากชาวบ้านแล้วนำมาเปิดร้านจำหน่ายในตัวเมืองกาฬสินธุ์ แนวคิดการตัดวงจรคนกลางและนำมูลค่างานต่างนั้นมาสร้างรายได้เพิ่มสุขุมชนโดยใช้วัฒนธรรมเป็นฐาน จึงเป็นโจทย์สำคัญที่ชุมชนผู้ไทพยายามหาคำตอบร่วมกัน ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์คือ แนวทางที่ชุมชนผู้ไทบ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์สามารถนำมาใช้สร้างรายได้เพิ่มได้อย่างสร้างสรรค์และเป็นธรรม ด้วยกลยุทธ์การดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้ซื้อผ้าแพรวาให้เดินทางมาสัมผัสกับวัฒนธรรมผู้ไทและพักโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชนผู้ไทอย่างสร้างสรรค์ พร้อมกับเลือกซื้อไหมแพรวาจากแหล่งผลิตในชุมชนผู้ไทบ้านโพนในราคาที่ เป็นธรรม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และโฮมสเตย์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนผู้ไทบ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย งานวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดังนี้

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโจทย์วิจัย ประกอบด้วยแนวคิดหลัก คือ แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix model-5Ps) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ (Product-P1) กลุ่มลูกค้า (Person-P2) การกำหนดราคา (Price-P3) การจัดจำหน่าย (Place-P4) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion-P5) (Holloway, 2002: 181-200) ร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน (Community economy concept) เป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งเน้นการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์โดยครอบครัวในชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อการบริโภคและสร้างรายได้แก่ชุมชน โดยมีหลักคิดที่สำคัญ คือ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านผลกำไรสูงสุดโดยเอาเปรียบผู้บริโภค (Turner, 2007: 525-542) แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กล่าวถึง การเดินทางท่องเที่ยวของผู้คน เพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม สังคม ประเพณีและงานเทศกาลในท้องถิ่น ตลอดจนการเข้าชมอนุสรณ์สถานในท้องถิ่น เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ของชุมชน ท้องถิ่น ที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น (วาสิกา แสนคำ, 2545: 34)

1.2 กำหนดจุดมุ่งหมายการวิจัยเพื่อนำไปสู่การสร้างเครื่องมือ สำหรับใช้รวบรวมข้อมูล

2. พื้นที่วิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนบ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ คัดเลือกประชากรผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีแบบเจาะจง (purposive sampling) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) จำนวน 22 คน คือ ผู้บริหารส่วนราชการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ องค์การบริหารส่วนตำบลโพน และผู้นำชุมชนบ้านโพน รวมจำนวน 12 คน ชาวผู้ไทที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านโพนที่มีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และมีธุรกิจโฮมสเตย์ และเป็นสมาชิกสหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน กาฬสินธุ์ จำกัด จำนวน 20 คน ร่วมกับนักท่องเที่ยวจำนวน 60 คน ที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และใช้บริการโฮมสเตย์ในชุมชนผู้ไทบ้านโพน ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2559

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม โดยกำหนดโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่ม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ภายใต้คำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 2 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม (ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2559)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis)

5.2 รวบรวมผลวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 อย่าง นำมาสรุปผลการศึกษาและตรวจสอบความถูกต้องด้วยวิธีการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder)

4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และโฮมสเตย์เพื่อสร้างรายได้ในชุมชนผู้ไท บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยวิธีถอดบทเรียนตามแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix model; 5Ps) พบว่า

1. ผลิตภัณฑ์ (Product-P1) กิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และโฮมสเตย์ในชุมชนผู้ไทบ้านโพน คือ แผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนผู้ไทบ้านโพน นำมาใช้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนการสัมผัสวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ผู้ไทผ่านปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนอย่างแท้จริง (โปรแกรม 2 วัน 1 คืน) เริ่มจากกิจกรรมสัมผัสวิถีชีวิตผู้ไทผ่านพิธีบายศรีสู่ขวัญและการสาธิตพิธีกรรมเหยา การแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ พิอนละคร การแสดงดนตรีพื้นบ้าน (ซอไม้ไผ่ พิณ แคน กลอง ตุ่ม) กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านกระบวนการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม กระบวนการทอผ้าไหม กระบวนการทอผ้าแพรวา (ภาพที่ 1) กิจกรรมเรียนรู้การประกอบอาหารผู้ไทพื้นบ้าน (ตามฤดูกาล) กิจกรรมพาแลง (การรับประทานอาหารเย็นตามแบบฉบับผู้ไท) และฝึกสนทนาด้วยภาษาผู้ไทก่อนเข้าพักในรูปแบบโฮมสเตย์ กับครอบครัวผู้ไท ส่วนกิจกรรมในเช้าวันที่ 2 มีกิจกรรมทำบุญตักบาตร กิจกรรมปั่นจักรยานหรือนั่งรถอีแต๊กเที่ยวชมภูมิสังคมของชุมชนบ้านโพน เยี่ยมชมกิจการสหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน กาฬสินธุ์ จำกัด และเลือกซื้อผ้าแพรวาและของที่ระลึกอื่น ๆ ในราคาที่เป็นธรรม

ภาพที่ 1: การทอผ้าแพรวาที่มีเทคนิคพิเศษ คือ ขณะทอต้องคว่ำด้านที่สวยงาม (หน้าผ้า) ลงด้านล่างใช้เทคนิคการจกหรือเก็บขิดสลับลี (supplementary weave)



2. กลุ่มลูกค้า (Person-P2) กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาสัมผัสกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ในชุมชนผู้ไทบ้านโพธิ์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนทั่วไปทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่มีความชื่นชอบและหลงใหลในมนต์เสน่ห์ของผ้าแพรวา ซึ่งนอกจากความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาของกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่เป็นทุนแล้ว ยังมีกลุ่มลูกค้าที่อยากนำตัวเองมาสัมผัสประสบการณ์การทอผ้าแพรวาและเรียนรู้วิถีชีวิตคนผู้ไท (ภาพที่ 2) ซึ่งเป็นเจ้าของมรดกภูมิปัญญาอันทรงคุณค่านี้ควบคู่กับการได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาจากชาวบ้านโดยตรงในราคาที่เป็นธรรม นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้านักวิชาการและนักวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ซึ่งต้องการเข้ามาศึกษาวิจัยเชิงพื้นที่และวิถีชีวิตคนท้องถิ่น รวมทั้งกลุ่มเยาวชนจากสถาบัน การศึกษาที่เข้ามาเรียนรู้ชุมชนเป็นหมู่คณะ

ภาพที่ 2: การทำบุญตักบาตร หนึ่งในวิถีชีวิตของชุมชนบ้านโพน ซึ่งถือเป็นจารีตดั้งเดิมที่ปฏิบัติสืบทอดมา



3. การกำหนดราคา (Price-P3) ชุมชนผู้โอบบ้านโพนได้กำหนดราคาให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์โดยคำนึงถึงคุณค่าของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ ในสายตาของนักท่องเที่ยว ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากความเสียด้านการแข่งขันด้านการตลาดและความเป็นธรรมกับผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 ค่าจัดกิจกรรมวิถีชีวิตและมรดกภูมิปัญญาชุมชนผู้โอบ 1,000 – 2,000 บาท/กรุ๊ป
- 3.2 ค่าการการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น 1,000-2,000 บาท/กรุ๊ป
- 3.3 ค่าตอบแทนวิทยากรชุมชน 500 บาท/คน
- 3.4 ค่าที่พักโฮมสเตย์ 150-200 บาท/คน
- 3.5 ค่าอาหาร (3 มื้อ) 230 บาท/คน

4. การจัดจำหน่าย (Place-P4) กิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ในชุมชนผู้โอบบ้านโพน มีศูนย์ประสานงานและจัดจำหน่ายโดย

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมผ้าไหมแพรวา และสหกรณ์ศูนย์ศิลปอาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้าน
โพน กาศสินธุ์ จำกัด เบอร์โทรศัพท์ 043-856-205 ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านโพน ตำบลโพน
อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ (พิกัดภูมิศาสตร์ N 16.861946, E 103.614479) อยู่
ห่างจากอำเภอประมาณ 6 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดกาฬสินธุ์ ประมาณ 78 กิโลเมตร
และห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 598 กิโลเมตร นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถ
ติดต่อผ่าน หน่วยงานราชการท้องถิ่นที่เป็นภาคเครือข่าย ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยว
และกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ องค์การบริหารส่วน
ตำบลโพน หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

5. การส่งเสริมการตลาด (Promotion-P5) ชุมชนผู้ไทบ้านโพน ใช้กลยุทธ์
การส่งเสริมการตลาดเพื่อติดต่อสื่อสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงเอกลักษณ์
และอัตลักษณ์ของชุมชน (ภาพที่ 3) พร้อมกับสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทราบความ
น่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ในชุมชนผู้ไท
บ้านโพนว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (maximize profit) เพียงอย่าง
เดียว แต่เน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคม (social objective) ไปพร้อมกัน
กล่าวคือ ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย
วิธีเน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้เรียนรู้ชุมชนโดยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง
ของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชน (public relation)
อย่างสร้างสรรค์ เช่น พิธีผูกข้อมือรับขวัญและต้อนรับนักท่องเที่ยวภายหลังเสร็จพิธี
บายศรีสู่ขวัญ การเชิญนักท่องเที่ยวร่วมพ้อนและขับร้องเพลงประกอบการแสดงดนตรี
พื้นบ้าน การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการปลูกหม่อนเลี้ยง
ไหม กระบวนการสาวไหมและกระบวนการทอผ้าแพรวา การเรียนรู้ภาษาผู้ไท ฯลฯ

ภาพที่ 3: อัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทแบบพิธีการตามจารีตเดิม ใช้ผ้าแพรวาคาดเป็นผ้าสไบ



ผลจากการนำแนวทางจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์มาดำเนินการในชุมชนผู้ไทบ้านโพนช่วยให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการทำนาเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ได้จากจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาเพียงช่องทางเดียวให้แก่พ่อค้าคนกลางและลูกค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์หรือจังหวัดใกล้เคียงซึ่งเข้ามายังชุมชนเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาเพียงอย่างเดียวในราคาเฉลี่ย 4,000-6,000 บาท/ผืน กรณีที่เป็นผ้าแพรวาลายพื้นฐาน ทอจากไหม (ผ้าไหมแพรวา) ส่วนผ้าแพรวาลายพื้นฐานทอจากฝ้าย (ผ้าฝ้ายแพรวา) ราคาเฉลี่ย 200-500 บาท/ผืน ทั้งนี้มูลค่าของรายได้เพิ่มขึ้นจากการให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ รวมกับรายได้ที่เกิดจากจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาและของที่ระลึกอื่น แก่นักท่องเที่ยว ตามจำนวนและความถี่ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชุมชนในราคาที่เป็นการ

5. บทสรุปและอภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เป็นกระบวนการทางสังคมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมายังชุมชนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับเปิด

โอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนาและสถานที่สำคัญประวัติศาสตร์ ผ่านปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนอย่างแท้จริง เปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้ระยะเวลาเพียงสั้น ๆ ในการเยี่ยมชมสถานที่ วัตถุประสงค์ การแสดง หรือสถานที่ซื้อสินค้าและของที่ระลึกซึ่งถูกจัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ชุมชน ผู้ไ้บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์ ถือเป็นหนึ่งชุมชนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์ที่ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างชื่อเสียงแก่ชุมชนด้วยการนำกลยุทธ์สวนผสมทางการตลาดมาใช้เป็นแนวทางนำ เสนออัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเข้มแข็ง ผนวกกับความหลากหลายของภูมิสังคมของชุมชนเป็นต้นทุน ก่อเกิดให้เพิ่มรายเพิ่มจากช่องทางรายได้เดิมที่มาจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าแพรวาเพื่อจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แม้ว่าแนวคิดสวนผสมทางการตลาดจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์เชิงพลวัต (dynamic conditional correlation) ของทั้ง 5 องค์ประกอบ (ผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) ว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกัน ส่วนการให้น้ำหนักองค์ประกอบใดมากที่สุดนั้นขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การนำไปใช้เพื่อตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (ผู้บริโภค) ให้มากที่สุด เช่นเดียวกันกับผลที่ได้รับจากการศึกษานี้ คือ ชุมชนผู้ไ้บ้านโพนให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชนและตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าให้มากที่สุด เห็นได้จากปัจจัยซึ่งถึงความสำเร็จของการให้บริการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของชุมชนผู้ไ้บ้านโพน คือ การเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้เรียนรู้ชุมชนโดยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ร่วมกับชุมชน (public relation) อย่างสร้างสรรค์ โดยไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว แต่เน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมอย่างเป็นธรรมไปพร้อมกัน เช่น พิธีผูกข้อมือรับขวัญและต้อนรับนักท่องเที่ยวภายหลังจากเสร็จพิธีบายศรีสู่ขวัญ การเชิญนักท่องเที่ยวร่วมพ้อนและขับร้องเพลงประกอบการแสดงดนตรีพื้นบ้าน การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการปลูกหมอนเลี้ยงไหม กระบวนการสาวไหม และกระบวนการทอผ้าแพรวา การเรียนรู้ภาษาผู้ไท การเรียนรู้วิถีประกอบ

อาหารผู้ไท ฯลฯ รูปแบบการดำเนินงานที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญตามแนวคิดของ Turner (2007: 525-542)

นอกจากนี้ การให้บริการหรือการสร้างสรรคผลิตรถยนต์สินค้าที่ทำจากแรงงานคน (handmade) ในชุมชนผู้ไทบ้านโพน ถือเป็นอีกหนึ่งในตัวชี้วัดด้านคุณค่าและมูลค่าของสินค้า ยิ่งหากใช้เวลาในดำเนินการนานเท่าใดคุณค่าและมูลค่าของสินค้านั้นก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และการที่ชาวชุมชนผู้ไทบ้านโพนพยายามใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองให้กลายเป็นจุดขายทางการตลาด หรือพยายามใช้ความโดดเด่นของวัฒนธรรมผู้ไทดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแปลกใหม่ในชีวิต หรือเสาะแสวงหาสิ่งที่ไม่สามารถหาได้ในประเทศของตนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของชุมชน (Kim, Cheng, & O'Leary, 2007: 1366-1371; Dewhurst, Dewhurst, & Livesey, 2007: 131-143)

แนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และโฮมสเตย์เพื่อสร้างรายได้ในชุมชนผู้ไท บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ถือเป็นกรณีศึกษาการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนชนบท

โดยวิธีเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างได้อย่างสร้างสรรค์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตของกระแสโลกาภิวัตน์หรือภาวะวิกฤตที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาที่สามแก่ชุมชนถือเป็นสิ่งจำเป็น

รายการอ้างอิง

เอกสารภาษาไทย

- กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลิ้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. *วารสารสำนักบริหาร*, 32 (4): 139-146.
- ชาติ วรรณกุล และคณะ. (2542). การผลิตผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ*, 30 (1-2): 97-116.
- ภูวดล ศรีเวศ. (2558). เสื้อดำ แพรเบียง ชนไหม เครื่องย่องของแฮสตีผู้ไทสองฝั่งโขง. ใน สุชานาด บุญเที่ยง. (บก.). *วิถีตรแพรวา มรดกภูมิปัญญาสู่ราชินีแห่งใหม่*. ขอนแก่น: ศิริภัณฑ์การพิมพ์.
- วัชรินทร์ ศรีรักษา. (2543). มนต์เสน่ห์บนลวดลายผ้าแพรวากาฬสินธุ์. *วารสารศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 8 (4): 31-34.
- วาลิกา แสนคำ. (2545). *การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่บ้านเปียงหลวงอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2559). *สรุปรายงานสถิติโครงสร้างสินค้าส่งออก 2559*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา. (2559) *รายงานสภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6 ตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา.

เอกสารภาษาอังกฤษ

- Dewhurst, H., & Dewhurst, P., & Livesey, R. (2007). Tourism and hospitality SME training needs and provision: A sub-regional analysis. *Tourism and Hospitality Research*, 7 (2): 131-143.
- Holloway, J. C., & Davidson, R., & Humphreys, C. (2002). *The business of tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kim H., & Cheng, C., & O'Leary, J. T. (2007). Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. *Tourism Management*, 28: 1366-1371.
- Turner, B. (2007). Economic, social, and cultural contexts for market and product diversification of the Lithuanian tourism sector. *Transition Studies Review*, 14 (3): 525-542.