

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวญัฮกุร อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการสรุปแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม
3. แนวคิดด้านการส่งเสริม และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว
5. แนวคิดศักยภาพ และการจัดการท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยว
7. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
8. ทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว
9. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด
10. ทฤษฎีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
11. ทฤษฎีการจัดโครงสร้างองค์การ
12. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
13. กฎบัตรที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 14.1 งานวิจัยภายในประเทศ
 - 14.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. แนวคิดการท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.1 ความหมายวัฒนธรรม

1) วัฒนธรรม

ความหมาย มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมหลากหลายทัศนะ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2535) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้ หรือได้ส่งสมมาจนถึงบัดนี้ วัฒนธรรม คือ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และพุทธปรัชญาทุกแขนง และวัฒนธรรม คือ สิ่งที่ดีมีค่าแสดงรสนิยม

ของผู้ดีหรือชนชั้นสูงที่มีการศึกษาและฐานะดี วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและ การแสดงออก ซึ่งความรู้สึกลึกซึ้งในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งร่วมกัน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิต และการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ในเมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่ และมีแง่มุมต่างๆ วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชน และในสังคมโดยส่วนรวม ซึ่งรวมถึงสังคมวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมมิใช่เป็นนามธรรม และรูปธรรมที่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงมีพลวัตตลอดเวลาโดยวัฒนธรรมมุ่งความอยู่ดี มีสุข ของคน และสังคม โดยส่วนรวมวัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพในอดีตสู่ปัจจุบัน และสู่อนาคต ต้องเชื่อมโยงระหว่างคนในสังคม ซึ่งมีวัยต่างกัน ต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพตนเองต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และสภาพรอบ โลกต้องเชื่อมโยงระหว่างความรู้ด้านต่างๆ ทั้งมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และต้องเชื่อมโยงระหว่างคนกับธรรมชาติ วัฒนธรรมจะพัฒนา ออกงามได้ต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความเข้าใจในความหลากหลาย ความแตกต่าง และจุดร่วมของวัฒนธรรมท้องถิ่นวัฒนธรรมของชาติ และวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีวิวัฒนาการ และมีความเปลี่ยนแปลงมีพลวัตที่ไม่หยุดนิ่ง การประสาน เชื่อมโยงและถักทอวิถีชีวิตของคน และชุมชนต่างๆ รอบโลก และกับธรรมชาติเท่านั้น ที่จะทำให้การพัฒนายั่งยืนได้ (สิปปนนท์ เกตุทัต, 2542)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530) ก็ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรมไว้เป็น 4 นัย ดังนี้

- 1) สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ
- 2) วิถีชีวิตของหมู่คณะ
- 3) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน
- 4) พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกัน และกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตนพระธรรมปิฎก (ประยูร ธมฺมปญฺโญ, 2538) เมื่อคราวแสดงปาฐกถาพิเศษ 100 ปี พระยาอนุমানราชชน เรื่อง “วัฒนธรรมกับการพัฒนา” ก็ได้อธิบายความหมายของวัฒนธรรมไว้เป็นหลายนัยอย่างน่าพิจารณา ดังนี้ วัฒนธรรม เป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาของสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมเป็นการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิธรรม ภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้อมนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอด และเจริญสืบต่อมาได้ และเป็นอยู่อย่างที่เป็นในบัดนี้ วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่ง ซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้ หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้ วัฒนธรรม เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความเจริญงอกงามที่มีอยู่ ซึ่งจะ

พื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไป ตลอดจนเป็นเครื่องวัดระดับความเจริญงอกงามของสังคม นั้นๆ จากความหมายของวัฒนธรรมที่กล่าวมาสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุ และไม่ใช่วัตถุที่เกิดขึ้นในคนรุ่นหนึ่งแล้ว ถ้ายทอดไปยังอีกรุ่นหนึ่ง โดยอาจมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาไปตามยุคสมัยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และบริบทของสังคมของกลุ่มชนนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอด ของชีวิต ซึ่งต้องดำเนินไปตามทฤษฎีนิเวศทางวัฒนธรรม และโครงสร้างหน้าที่นั่นเอง

ความสำคัญ ชาติไทยเป็นชาติที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันแสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติ หลายประการที่ตกทอดจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักดิ์ศรีของชาติ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาจิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม อันจะเป็นผลให้เกิดการพัฒนา และความมั่นคงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศชาติ ฉะนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2513) เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (กรมศิลปากร, 2513) ในแนวทางในการศึกษา ส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2539 ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ 3 ลักษณะ คือ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2529)

1) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือ สำหรับสร้างเสริมความสามัคคีกลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

2) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิกและของสังคมได้

3) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ขอบข่ายของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบอันสำคัญในการทำให้อาชีพในสังคมอยู่ร่วมกันเป็นปึกแผ่นสร้างสรรค์ให้เจริญก้าวหน้า ด้วยเหตุนี้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นฐานอันสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยแยก เป็นอนุภาคต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) วัฒนธรรมประเภทเผ่าพันธุ์และการดำรงชีวิต
- 2) วัฒนธรรมประเภทภาษา และวรรณกรรม
- 3) วัฒนธรรมประเภทศาสนา จริยธรรมคุณธรรม
- 4) วัฒนธรรมประเภทสุนทรียศาสตร์ ศิลปะและกีฬาการละเล่นของไทย
- 5) วัฒนธรรมประเภทครอบครัวเศรษฐกิจและการเมือง

โดยวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1) องค์กรวัตถุ (Instrumental and Symbolic Objects) คือ วัฒนธรรมวัตถุที่สามารถสัมผัส จับต้องได้และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ โรงเรียน โรงงาน ภาพเขียน เครื่องจักร สถานมหรสพ สนามกีฬา โบสถ์ วิหาร หอดูดาว และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษาลัทธิสัญลักษณ์ในการติดต่อสื่อความหมาย หลักวิชาคำนวณ (ตัวเลข) มาตรา ชั่ง ตวง วัด

2) องค์กร (Association or Organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดเป็นระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์ มีระเบียบข้อบังคับและวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอนเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว (กลุ่มเล็กที่สุด) สหพันธ์กรรมการ ลูกเสือ สภากาชาด วัด สหประชาชาติ ฯลฯ

3) องค์กรพิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่เรื่องการเกิด หมั้น แต่งงาน บวชนาค ตาย ปลูกบ้าน ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ซึ่งศาสนาก็มีอิทธิพลอยู่บ้างไม่มากนักน้อย รวมตลอดถึงพิธีกรรมแต่งกายและรับประทานอาหาร

4) องค์กรคติ (Concepts) หมายถึง ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคิดเห็นอุดมการณ์ต่างๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา ความเชื่อในเรื่องการมีผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) ความเชื่อในเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ ความเชื่อในเรื่องพระเจ้าองค์เดียว (Monotheism) หรือหลายองค์ (Polytheism) ตลอดจนอุดมการณ์ ทัศนคติ การยอมรับว่าสิ่งใดถูกหรือผิด สมควรหรือไม่ ซึ่งแล้วแต่กลุ่มชนใดจะใช้มาตรฐานในการตัดสิน หรือเป็นเครื่องวัดในสภาพแวดล้อมของตน (นิคม มุสิกคามะ, 2545) ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกให้เห็นปรากฏทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตประเทศชาติได้ ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย (ณรงค์ เส็งประชา, 2538)

- 1) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม
- 2) วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ ความเชื่อวิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ
- 3) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเองโดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่น ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม
- 4) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด และการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่ การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมามิขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะ เป็น “มรดกแห่งสังคม” (Social Heritage)
- 5) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคมต่างๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคนชาวทิเบตนำมาใช้แสดงออกซึ่งความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ้นส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น
- 6) วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life) หรือแบบแผนการดำรงชีวิต (Design for Living) ของมนุษย์ (พัทธา สายหู, 2514) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่มซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรง และทางอ้อม
- 7) เป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์ และได้มีการปรับปรุงคัดแปลงสิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูก เดิมใช้แรงสัตว์ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ล้าช้า และล้าสมัยจึงประดิษฐ์ หรือซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรมาใช้ในงานเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมากขึ้น
- 8) วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive) ได้

9) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

ประเภทของวัฒนธรรม สุพัตรา สุภาพ (2536) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture) ซึ่งได้แก่ สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ตู้เย็น หม้อหุงข้าว แก้วน้ำ มีด โต๊ะ รถ เครื่องบิน โทรศัพท์ โทรทัศน์ จรวด บ้าน วัดหอประชุม เป็นต้น

2) วัฒนธรรมไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non Material Culture) หมายถึง อุดมการณ์ค่านิยมแนวคิดในเรื่องการแข่งขันอย่างมีเหตุผล ประเพณี การปฏิบัติสืบต่อกันมา และเป็นที่ยอมรับกันในชนกลุ่มของคนว่าดีงาม เหมาะสม เช่น ศาสนา ความเชื่อ ความสนใจ ทักษะ ความรู้ความสามารถ ซึ่งเป็นนามธรรม (Abstract) ที่มองเห็นไม่ได้

1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อศึกษา และเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ Suger (Suger. n.d. : unpagged) ชี้ให้เห็นว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาบันกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่าง

ทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย 2 ประเภท (เจริญญา เจริญสคไส, 2544) คือ

1) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดยนักท่องเที่ยวไปพักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมือง อาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

2) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดยนักท่องเที่ยวไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้างโดยพยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่าชนั้น และแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับชนพื้นเมือง

วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2513) เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (กรมศิลปากร, 2513) ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2539 ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติได้กล่าวถึง ความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ 3 ลักษณะ คือ

1) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคีกลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติศิลปปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกับบนพื้นแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

2) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดจนตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

3) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และสร้างไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

แนวความคิดวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง, 2545) ได้ให้แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประการ สรุปได้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม
- 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ และความต้องการของชุมชน ว่าต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด
- 3) วิธีการ และความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภท และจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นๆ
- 4) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์ และมีคุณภาพ
- 5) ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมี ความระมัดระวัง และต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรม และค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่
- 6) เงินทุนและแรงงานรวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่นเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้
- 7) การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อกิจกรรมท่องเที่ยว
- 8) เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น
- 9) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC (Richards, 1995) ได้กล่าวไว้ถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 8 ประการ ได้แก่

- 1) โบราณคดี และพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ

- 2) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต
- 3) ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ
- 4) ความน่าสนใจในเรื่องของคนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของคนตรีคลาสสิก คนตรีพื้นบ้าน หรือคนตรีร่วมสมัย
- 5) การแสดง ละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- 6) ภาษา และวรรณกรรม
- 7) ประเพณี และความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
- 8) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกันที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้อง และสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วยการท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย” โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชน ในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539) สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ให้ความหมาย และคำจำกัดความไว้มากมาย

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์องค์ประกอบสำคัญ

- 1) การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาวและขณะเดียวกันการท่องเที่ยว มีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมและทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

1) เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ

2) มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3) เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

4) ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้วยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม

5) เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงทางอ้อม

6) เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยทั่วไปนิยมจะมีจัดแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุหรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุหรือวัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้

1. วัฒนธรรมทางวัตถุที่เห็นได้ชัดก็คือ อุปกรณ์และสิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวกับปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

1) อาหาร : คนไทยจะกินข้าวเป็นหลักสำหรับผู้ที่อาศัยอยู่ทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กินข้าวเหนียวเป็นของคาว และใช้ข้าวเหนียวและข้าวเจ้าทำขนมหวาน คนไทยภาคกลางและภาคใต้นิยมกินข้าวเจ้าเป็นของคาว และจะใช้ข้าวเหนียวทำขนมหวานชนิดต่างๆ มากพอๆ กับข้าวเจ้า การกินข้าวเจ้าส่วนใหญ่จะใช้วิธีหุง และวิธีนี้จะกินข้าวต้มก็แต่เฉพาะเวลาป่วยไข้ เชื้อเพลิงที่ใช้หุงต้ม มีทั้งฟืน และถ่าน เวลาปิ้ง หรือย่างอาหารจะใช้ถ่านมากกว่าฟืน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้อาหารเหม็นคาวไฟมากนัก อีกทั้งการใช้ถ่านยังสามารถควบคุมอุณหภูมิความร้อน

ได้ดีกว่าพื้การหุงหาอาหารด้วยพื้จะใช้เตาก่อนเส้าหรืออย่างทีเรียกว่า สามเส้า การใช้พื้กับเตาเชิงกรานก็เป็นที่แพร่หลายเช่นกัน ส่วนเชื้อเพลิงประเภทถ่านนั้นดูเหมือนว่าจะเป็นของทีมีมาภายหลังจากการใช้พื้กล่าวกันว่าชาวไทยได้แบบอย่างของเตาอั้งโล่เพื่อการหุงต้มด้วยถ่านมาจากชาวจีน เตอั้งโล่ทำจากการใช้ดินปั้นผสมขี้เถ้าเคลบในระยะแรกๆ เตอั้งโล่จึงเป็นของทีมีใช้กันในชุมชนแถบลุ่มแม่น้ำมากกว่าหมู่บ้านตามป่าเขาในทีสูง ผู้คนโดยทั่วไปจะกินอาหาร 3 มื้อ มื้อเช้าเริ่มราวๆ เวลา 7 นาฬิกาเมื่อกลางวันอาจเริ่มตั้งแต่หลังเวลาเพล (11.00 น.) เป็นต้น ราวประมาณ 5 – 6 โมงเย็นเป็นเวลาของอาหารค่ำ ในครอบครัวเล็กๆ ทีมีเพียงพ่อแม่และลูกๆ จะกินอาหารพร้อมกัน แต่ถ้าเป็นครอบครัวใหญ่มักจะทำจัดสำรับให้เด็กๆ กินก่อนจากนั้นจึงถึงคราวของผู้ใหญ่จะร่วมวงกัน บางครอบครัวก็ให้ตั้งวงอาหารของเด็ก และวงของผู้ใหญ่พร้อมกันทีเดียว

2) บ้านเรือน : บ้านเรือนที่อยู่อาศัยนอกจากจะสร้างให้สัมพันธ์กับวิถีธรรมชาติ เช่น ให้ปลูกเรือนตามตะวัน โดยหันข้างเรือนไปทางทิศเหนือหรือทิศใต้ เพราะเหตุผลเรื่ององแสง ความร้อน และการถ่ายเทของอากาศ ไม่หันหัวนอนไปทางทิศตะวันตกเพราะเชื่อว่าเป็นทิศแห่งความตกต่ำ และความตาย ผู้คนบางท้องถิ่นจะไม่นอนขวางข้อเชื่อว่าผีจะอำ (เพราะผีจะโหนข้อห้อยหัวลงมารบกวนได้) จึงนอนตามยาวของตัวเรือน ปลูกบ้านยกใต้ถุนเพื่อป้องกันน้ำท่วมใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างใต้ถุนเรือน และให้อากาศบนตัวเรือนถ่ายเทได้สะดวก บันไดบ้านให้มีจำนวนขั้นเป็นเลขคู่ถือว่าขั้นคู่เป็นบันไดของกุตผี จะมีพิธีกรรมอันใดต้องเช่นไหว้เทวดาทั้ง 4 ทิศ และวงสายสิญจน์รอบตัวบ้านเพื่อความเป็นสิริมงคลของผู้อยู่อาศัย ขณะอยู่บนบ้านต้องไม่ส่งเสียงอึกทึก เพราะบ้านมีผีบ้านผีเรือนและผีปู่ตายายอยู่ด้วย การเดินลงสั้นถือว่าไม่เคารพผีบรรพบุรุษเชื่อว่าเงินทองโชคลาภจะอันตราย ด้านหน้าบ้านและหลังบ้านปลูกไม้ทีมีชื่อเป็นมงคล เช่น มะยม คุน ขนุน ใบเงิน ใบทอง ใบนาค และใบหนาด เป็นต้น

3) เครื่องนุ่งห่ม : การนุ่งห่มด้วยอาภรณ์แพรพรรณทีทำจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้ายและไหม ซึ่งมีคุณสมบัติดูดซับดี น้ำหนักเบา และง่ายต่อการดูแลรักษานับเป็นการกระทำทีสอดคล้องกับเงื่อนไขอิทธิพลของมรสุมทีมีอากาศร้อนชื้นตลอดปี และการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลแต่ละฤดูไม่แตกต่างกันมากเหมือนประเทศทีอบอุ่น สตรีในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ชื่อว่าเป็นผู้เข้าใจวิถีธรรมชาติทีสุด การปลูกฝ้าย และปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์เป็นงานทีละเอียดอ่อนทีต้องได้รับการฝึกฝน และมีความวิริยะอุตสาหะเป็นอย่างมาก นอกจากจะให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายแล้ว เสื้อผ้ายังเป็นสิ่งทีบ่งบอกเอกลักษณ์ของเผ่าพันธุ์ แต่ละกลุ่มสังคมมักมีรูปแบบลวดลาย สีส้น และการใช้สอยเครื่องนุ่งห่มแตกต่างกันออกไป ในบริบทบาทสังคมแล้วความแตกต่างของเพศและวัย สังเกตได้จากรูปแบบ ลวดลาย และสีส้นของอาภรณ์ทีประดับกาย ช่วงทอผ้าบางพื้นที่อาจส่งสารสื่อสัญลักษณ์ผ่านลวดลายทีปรากฏบนพื้นผ้า เช่น ลายช้าง

หมายถึง พละกำลัง ลายพญานาค หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และลายหงส์สะท้อนถึงความดีงาม เสื้อผ้าอาภรณ์มีความเกี่ยวข้องกับวัฏจักรของชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น จะไม่ใช่ผ้าชิ้นทำผ้าอ้อม ระหว่างตั้งครรภ์จะไม่เย็บหมอน ที่นอน ฟูก หากจะต้องเตรียมของใช้เหล่านี้ก็จะให้วัยรุ่นคนอื่น เป็นผู้เย็บตะเข็บปิดปากหมอน ที่นอน ฟูก หากผ้าฝืนจะทำให้คลอดลูกยาก เช่นเดียวกับการเย็บผ้าขาวม้าจะไม่ปิดชายผ้าทั้งสองข้าง แต่จะเว้นเย็บชายผ้าไม่เล็กน้อยเพื่อเป็นเคล็ดในการทำมาหากิน งานแต่งงานต้องมีผ้าสำหรับไหว้ญาติผู้ใหญ่ฝ่ายชาย เสื้อผ้าที่ใช้ในโอกาสนี้จะสะท้อนความเป็นแม่บ้านของฝ่ายหญิง ผ้าชิ้นใหม่ มัดหมี่ หรือผ้าชิ้นดินจกเป็นสิ่งที่ทำได้ยากจะนุ่งห่มเฉพาะ โอกาสสำคัญ เวลานั้นจะมีผ้าฝืนเก่าซ้อนอยู่เสมือนผ้าซับในใช้เสร็จก็พลิกกลับด้านในออก และนำฝั่งลมนานปีจึงจะนำมาซักทำความสะอาดทั้งนี้เพื่อให้มีอายุใช้งานอยู่ได้นาน และสวยงามอยู่เสมอ ขณะทำพิธีสะเดาะเคราะห์ และสืบชะตาจะมีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของผู้ป่วยอยู่ด้วย วันพระ และวันที่มีคนใกล้เคียงเสียชีวิตห้ามทอผ้าเชื่อว่าจะเป็นลางร้าย อย่างเช่น ที่ชาวอีสานอธิบายผ่านนิทานพื้นบ้าน เรื่อง “ยากับปลิง” ผู้คนแถบล้านนาจะปักตุ้ง (ธง) สีแดงหาง 2 แฉก ตรงบริเวณที่ผู้ตายเสียชีวิตและ ที่เชิงตะกอน เชื่อว่าเพื่อให้วิญญาณจะได้เกาะชายตุ้งขึ้นสวรรค์ ผู้หญิงเข้าถึงพระพุทธรูปได้น้อย และยากกว่าผู้ชายตลอดชีวิตจึงเพียรพยายามทำบุญทำทานในโอกาสต่างๆ โดยเฉพาะการทานตุ้งรูปปราสาทในเทศกาลสงกรานต์ เชื่อว่าเกิดชาติหน้าจะได้สุขสบายเหมือน เช่น ผู้ที่อยู่ปราสาทราชวัง

4) ยารักษาโรค: ความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นภูมิปัญญาที่บอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยกับความเข้าใจในธรรมชาติแวดล้อมอย่างลึกลับ สมุนไพร 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ ประเภทพืชวัตถุ สัตว์วัตถุ และธาตุวัตถุ พืชวัตถุแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) ลำต้น

(2) เถาหรือเครือ

(3) หัวหรือเหง้า รวมทั้งผัก และหญ้านานาชนิด ประเภทสัตว์วัตถุอาจใช้ส่วนของเขานอ เขี้ยว งา ฟัน กราม ดี หัว กีบ กระดูก เลือด เอ็น น้ำมัน เนื้อ ฯลฯ ส่วนประกอบของธาตุวัตถุ ได้แก่ ธาตุต่างๆ ที่นำมาปรุงยารักษาโรค เช่น กำมะถันแดง กำมะถันเหลือง ดินประสิวน้ำประสานทอง พรอท สารส้ม ดีเกลือ น้ำปูนใส น้ำส้มสายชู เกลือสินเธาว์ ทองคำ หินฟันม้า เป็นต้น เฉพาะพืช นั้นอาจกล่าวได้ว่า หมอกกลางบ้านรู้จักพืชพรรณนับร้อยชนิดที่มีคุณสมบัติเป็นยารักษาความป่วยไข้ได้ ในบรรดาพืชพันธุ์เหล่านั้นส่วนหนึ่งชาวบ้านจะกินเป็นอาหารเป็นปกติอยู่แล้วจึงมีภูมิคุ้มกันต้านทานกับโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ได้ระดับหนึ่ง ความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นสิ่งที่เกิดจากการลองผิดลองถูก ใช้สมุนไพรอย่างนี้แล้วอาการป่วยไข้ยังไม่หายก็เปลี่ยนไปใช้สมุนไพรอย่างอื่นนอกจากนี้การรักษาโรคแบบพื้นบ้านยังอยู่ในลักษณะของ “ลางเนื้อชอบลางยา” คือ โรคอย่างเดียวกันรักษาด้วยยาชนิด

นั้นชนิดนี้กับคนหนึ่งหาย แต่รักษากับอีกคนหนึ่งไม่ได้ผลจึงต้องเลือกยาชนิดใหม่มารักษาโรค แต่ละชนิดจึงมียาที่จะรักษาอยู่หลายขนาน

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ จากพัฒนาการของสังคมวัฒนธรรมไทยที่ผ่านมาจากกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมแล้วสังคมวัฒนธรรมไทยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ส่วนที่เรียกว่าประเพณีหลวง ประเพณีหลวง คือ แบบแผนความเป็นอยู่ของชนชั้นผู้นำ เจ้านาย และขุนนาง ปัจจุบันประเพณีหลวงบางอย่างยังคงถือปฏิบัติอยู่ แต่ส่วนใหญ่ก็คลายความเข้มข้นลง เนื่องจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นเรื่องราวประเพณีของสามัญชนจึงละเว้นที่จะไม่กล่าวถึงรายละเอียดของประเพณีหลวงในที่นี้

2) ส่วนที่เป็นประเพณีราษฎร์ ลักษณะสังคม และวัฒนธรรมไทยเกิดจากการผสมผสานระหว่างอิทธิพลของวัฒนธรรมอินเดีย จีน เขมร และลักษณะสังคมที่มีมาแต่ดั้งเดิมพิจารณาจากแง่มุมของการผลิต และรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมแล้วอาจกล่าวได้ว่า สังคม และวัฒนธรรมไทยในอดีตเป็นวิถีชีวิตแบบชาวนาชาวไร่เมื่อครั้งที่ยังไม่ค่อยได้ติดต่อกับสังคมภายนอกมากนักผู้คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมแบบพอยังชีพ ควบคู่กันไปกับการหาอาหารจากป่า ด้วยการล่าจับสัตว์ และสิ่งของอื่นๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติคนไทยจะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ที่ดิน น้ำ และแร่ธาตุ เป็นต้น เพียงเพื่อสนองความต้องการจำเป็นของชีวิตในด้านปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ที่กล่าวมาข้างต้นแต่ละชุมชนต่างก็พอสามารถสร้างสิ่งจำเป็นในชีวิตเหล่านั้นได้เอง การค้าขายแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในขอบเขตอันจำกัด และมักเป็นการนำเอาสิ่งที่มีมากเกินความต้องการของสมาชิกในครอบครัวไปแลกเปลี่ยนกับของกินของใช้ที่ยังขาดแคลนจากคนอื่น ๆ

สรุปวัฒนธรรมคือ สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะวิถีชีวิตของหมู่คณะ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมกลืนก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดี ของประชาชน พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่ของพวกตน การท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดังนี้ คือเป็นการศึกษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงประเพณี ความเชื่อ การแต่งกาย ภาษาที่ใช้สื่อสาร การกินอยู่ให้วัฒนธรรมเหล่านี้สามารถเกิดการบริหารการท่องเที่ยวที่ดี เพื่อที่จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติทั้งมนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทำให้มันเสื่อมโทรมลงโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมได้มีการให้ความหมายจาก นักวิชาการ องค์กร หน่วยงานต่างๆ ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ การอนุรักษ์ (Conservation) หมายถึง กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการทำให้วัฒนธรรมนั้นเข้มแข็งคงอยู่ได้โดยไม่ต้องปฏิบัติการ อย่างไร (คณะกรรมการดำเนินงานและประสานงานวันอนุรักษ์มรดกไทย, 2541-2544) การอนุรักษ์ (Conservation) หมายถึง การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หาได้ยาก หรือกำลังจะสูญหายไป และไม่สามารถคลี่คลายพัฒนาได้อีก เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังในการที่จะติดตาม ศึกษา ค้นคว้า หาร่องรอยความเจริญทางวัฒนธรรมในอดีต

นิวัตติ เรื่องพณิช (2533) กล่าวว่า การอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด ให้เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่มากที่สุด และสามารถที่จะมีใช้ได้เป็นเวลานานที่สุด ซึ่งต้องสูญเสียประโยชน์ให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องกระจายการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยทั่วถึง มากที่สุด ดังนั้นจะต้องเข้าใจว่าการอนุรักษ์ไม่ได้หมายถึงการเก็บรักษาทรัพยากรไว้เฉยๆ ตามกาลเทศะ (Time and Space) และพยายามให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งแผลงมาจากคำว่า “Culture” ในภาษาอังกฤษ นั้น มีการให้ความหมาย และนำมาใช้ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งการให้ความหมายและนำมาใช้ดังกล่าวนี้ต่างก็มีส่วนถูกด้วยกันทั้งสิ้นขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้ความหมาย และผู้นำมาใช้จะมองวัฒนธรรมในแง่มุมใด ด้วยเหตุนี้การหาข้อสรุปให้เป็นที่ยุติ เกี่ยวกับความหมายของวัฒนธรรมจึงไม่อาจจะกระทำได้นอกจากนั้นก็ยังเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอีกด้วย

พระเทพเวที (กุลวิจิตร กังคานนท์, 2537) อธิบายความหมายของวัฒนธรรมว่า

- 1) วัฒนธรรมเป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรมภูมิปัญญาที่ถ่ายทอด สืบต่อกันมาของสังคมนั้นๆ
- 2) วัฒนธรรมมีความหมายรวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งหมดของสังคมตั้งแต่ภายในจิตใจของคน มีค่านิยม คุณค่าทางจิตใจ คุณธรรม ลักษณะนิสัย แนวความคิด และสติปัญญาออกมา จนทำที่ และวิถีปฏิบัติของมนุษย์ต่อจิตใจ และร่างกายของตนลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ ทำที่การมอง และการปฏิบัติของมนุษย์ต่อธรรมชาติแวดล้อม
- 3) วัฒนธรรม ก็คือ ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถที่สังคมนั้นมีอยู่หรือเนื้อตัว ทั้งหมดของสังคมนั่นเอง

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินงานทางวัฒนธรรมด้านต่างๆ ก็ได้ให้ความหมาย และคำอธิบายถึงลักษณะวัฒนธรรมไว้

เมื่อคราวจัดทำนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ และแนวทางในการรักษา ส่งเสริม และพัฒนา วัฒนธรรมพุทธศักราช 2529 ดังนี้ (กุลวิจิตร ภัทธานนท์, 2537)

1) วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งร่วมกัน

2) วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติร่วมกัน เป็นแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากอดีต หรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่น ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับและยึดถือเป็นแบบแผนประพฤติปฏิบัติร่วมกันก็ย่อมถือเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น

3) วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้ในการแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่าย่อมทำให้สมาชิกเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกวัฒนธรรมดั้งเดิม การจะรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรมนั้นให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

4) วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนในสังคมใหญ่ ย่อมมีเนื้อหา รูปแบบบทบาท และหน้าที่แตกต่างกันไปหากว่าความแตกต่างนั้นไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมโดยรวมแล้ว ก็สมควรให้กลุ่มชนทั้งหลายมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมของกัน และกันเพราะสภาพความแตกต่างอย่างนี้เป็นธรรมชาติของวัฒนธรรม

5) วัฒนธรรมอาจจะจำแนกได้เป็นหลายประเภทคือ วัฒนธรรมประจำชาติวัฒนธรรมสากล วัฒนธรรมเมือง และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบความคิด และวัตถุประสงค์ในการประยุกต์ใช้ของผู้จำแนกการจัดหมวดหมู่ของวัฒนธรรมเพื่อความสะดวกในการสื่อความ และประสานงานอันเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานวัฒนธรรม

6) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคีกลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

7) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคมซึ่งอาจจะช่วยป้องกันและแก้ไขตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

8) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาตินั้นๆ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันอันจะทำให้เกิดความรักสามัคคี และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ผจงจิตต์ อธิคมนันตะ (2543) อธิบายความหมาย และลักษณะของวัฒนธรรมว่าวัฒนธรรม คือ สิ่งอันเป็นวิถีชีวิตของสังคม คนในสังคมมีส่วนร่วมจะคิดเห็นอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร ก็แสดงออกให้ปรากฏเห็น เป็นรูปภาพ ประเพณี กิจกรรมงาน การละเล่น การศาสนา เป็นต้น ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่คนในสังคมมีส่วนร่วมสร้างขึ้น เช่น สิ่งอันจำเป็นแก่วิถีชีวิต และการครองชีพ ได้แก่ บัจฉยสี่ เครื่องมือ เครื่องใช้ ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ซึ่งแสดงปรากฏให้เห็นเป็นสิ่งที่ต่างๆ ซึ่งมีการสะสมเป็นความรู้ในความทรงจำ จดไว้ในหนังสือ และสิ่งต่างๆ ที่สร้างขึ้น และถ่ายทอดไว้ให้แกกันเป็นมรดกตกทอดสืบต่อกันมาชั่วอายุคนมีการเพิ่มเติมเสริมสร้างสิ่งใหม่ และปรับปรุงสิ่งเก่าให้เข้ากันได้ และมีความเจริญก้าวหน้า โดยวัฒนธรรมจะมีลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) เป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นเรื่องสำคัญทำให้มนุษย์สร้างสิ่งที่เราเรียกว่า วัฒนธรรมเกิดขึ้น มนุษย์จะต่างจากสัตว์เนื่องจากการกระทำต่างๆ เป็นเรื่องของการเรียนรู้ เช่น การหิวผอม การแปร่งฟัน การเย็บผ้า เขียนหนังสือ ฯลฯ ส่วนสัตว์จะใช้สัญชาตญาณ การเรียนรู้จะมีลักษณะตั้งสมจากประสบการณ์ที่มนุษย์ได้เผชิญในชีวิต ไม่ได้ถูกถ่ายทอดทางชีวภาพหรือพันธุกรรมการเรียนรู้เกิดจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มของสังคม

2) เป็นสิ่งซึ่งสืบทอดจากบรรพบุรุษเป็นมรดกทางสังคมซึ่งส่งต่อๆ กันมาหลายช่วงอายุ ซึ่งคนรุ่นต่อมาได้นำมาใช้ปฏิบัติทำให้คงอยู่ไม่สูญหายแต่อาจปรับเปลี่ยนไป เช่น ภาษาการแต่งกาย ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับภาวะในสังคมในขณะนั้นๆ

3) เป็นของส่วนรวมในสังคม มิใช่เป็นของผู้หนึ่งผู้ใดโดยเฉพาะ แต่จะช่วยกันคิดสิ่งที่สร้างสรรค์ ร่วมกันปฏิบัติทำให้วัฒนธรรมนั้นอยู่ยืดยาว เช่น ภาษา การแต่งกาย วัฒนธรรม จึงเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนจำนวนมาก หรือของสังคมทั้งหมด

2.1 นิยามของวัฒนธรรม

นักวิชาการวัฒนธรรมหลายท่านได้ให้คำจำกัดความ คำว่า "วัฒนธรรม" ไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรม มีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างอันเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการในการปฏิบัติจัดระเบียบตลอดจนความเชื่อ ความนิยมความรู้ และเทคโนโลยีต่างๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ (สุพัตรา สุภาพ, 2536)

2) วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสม และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีก

สังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตรกรรม และผลิตผลทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมอันควรค่าแก่การวิจัยอนุรักษ์ พื้นฟู ถ่ายทอด เสริมสร้างอัตลักษณ์และแลกเปลี่ยน เพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์ สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพอันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรมกับการพัฒนา

มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นเพราะมนุษย์มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสัตว์ และสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นกลไกในการปรับตัว รวมทั้งเพื่อสนองความต้องการที่จำเป็น 3 ระดับ คือ ความต้องการเบื้องต้นหรือความต้องการปัจจัยสี่เพื่อการอยู่รอด ความต้องการที่เกิดตามมา หรือความต้องการเพิ่มเติมเพื่อให้มนุษย์สามารถอาศัยอยู่ในสังคมได้ เช่น ความต้องการด้านการสื่อสารซึ่งทำให้เกิดระบบภาษาและสัญลักษณ์ขึ้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความต้องการที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบซึ่งทำให้เกิดวัฒนธรรมที่ใช้ในการควบคุมสังคมขึ้นและความต้องการร่วมหรือความต้องการให้การอยู่รอดนั้นเกิดความสมบูรณ์พูนสุข เช่น การพักผ่อน การแสดงออกทางสุนทรียภาพ ศิลปะ และดนตรี เป็นต้น (เอกชัย เครืออินตะ, 2540)

วัฒนธรรมมี 2 ลักษณะ คือ

- 1) ลักษณะที่หยุดนิ่งไม่เคลื่อนไหวเพราะขาดความสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่เป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมนั้นไปแล้ว ดังนั้นวัฒนธรรมในลักษณะหยุดนิ่งจึงมักเป็นภาพของอดีต ส่วนนี้เรียกว่า ศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ
- 2) ลักษณะที่เคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง ถ่ายทอด สืบต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมส่วนนี้มักปรากฏเป็นวัฒนธรรมของคนในสังคมปัจจุบัน จึงเรียกว่า สังคมวัฒนธรรม สำหรับความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมทั้ง 2 ลักษณะนี้มักปรากฏในลักษณะที่ว่าสังคมวัฒนธรรมทำหน้าที่รักษาอนุรักษ์ และหล่อเลี้ยงศิลปวัฒนธรรมให้มีความสำคัญขึ้นมา (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2543)

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องเรียนรู้และถ่ายทอดเพื่อสอนให้คนรุ่นหลังรู้ถึงระบบสัญลักษณ์ของสังคม และการถ่ายทอดวัฒนธรรมนี้ถือเป็นหนึ่งในกระบวนการสืบสานวัฒนธรรมซึ่งการสืบสานวัฒนธรรม หมายถึง การสืบสาวเรื่องราวในอดีตที่มีการสืบทอดและปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุคสมัย เกิดผลเป็นประโยชน์แก่คนในปัจจุบัน และมีชีวิตชีวาพร้อมที่จะเป็นฐานของการงอกงามสืบทอดไปเบื้องหน้าให้เป็นที่น่าชื่นชม และแผ่ความนิยมนกว้างออกไป

การถ่ายทอดวัฒนธรรมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะแนวตั้ง เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในสังคมเดียวกันสืบทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นอีกรุ่นหนึ่ง

2) ลักษณะแนวนอน เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง การถ่ายทอดวัฒนธรรมในลักษณะแนวนอนทำให้เกิดการรับวัฒนธรรมและเมื่อรับวัฒนธรรมเป็นเวลานานก็อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้น (อมรา พงศาพิชญ์, 2540)

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุ (Material Culture) เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ หรือด้านที่ไม่มีวัตถุ (Non-Material Culture) เช่น ค่านิยมของสังคม (สุรัชย์ หวันแก้ว, 2540) และเมื่อการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับส่วนใด ก็มักจะส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นที่มีความสัมพันธ์โยงใยกันด้วย ส่วนเหตุผลที่วัฒนธรรมต้องเปลี่ยนไปก็เพราะต้องปรับให้เหมาะสมกับสภาพใหม่ที่เกิดขึ้นนั่นเอง Mbaiwa & Sakuze 2009 กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรม คือ ความโดดเด่นในการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ตามมาคือปัญหาและความขัดแย้งซึ่งจะมีทั้งผลบวกและลบในการท่องเที่ยว Josephe (2010) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวหากมีการนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนแล้วจะสามารถสร้างเศรษฐกิจที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม เพื่อนำมาสู่การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

นอกจากนี้ การขัดเกลาทงสังคม (Socialization) ก็จัดเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมเช่นกัน โดยนัยแรก ถ่ายทอดเพื่อให้มนุษย์เรียนรู้วัฒนธรรม และบทบาทหน้าที่ของตน เพราะมนุษย์ไม่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมติดตัวมาแต่กำเนิด และอีกนัยหนึ่งถ่ายทอดเพื่อพัฒนาให้สมาชิกในสังคมมีบุคลิกภาพ และการปฏิบัติตนตามแบบแผนในทิศทางเดียวกัน การขัดเกลาทงสังคมทำได้ 2 ทาง คือ ทางตรง โดยการสอนหรือบอกโดยตรงเพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้อย่างแจ่มแจ้ง และทางอ้อม โดยการได้รับประสบการณ์จากการสังเกตหรือเรียนแบบจากผู้อื่น ซึ่งองค์กรที่ทำหน้าที่ขัดเกลาทงสังคมมี 6 องค์กร คือ ครอบครัว สถานศึกษา กลุ่มเพื่อน องค์กรที่บุคคลสังกัด อยู่สถาบันศาสนา สื่อมวลชน (จันทน์ อติวัฒนสิทธิ์, 2540)

การจะนำวัฒนธรรมมาใช้ในงานพัฒนา ผู้คนในสังคมนั้นๆ ควรจะทำความเข้าใจ วัฒนธรรมของตนให้ดีเสียก่อนว่ามีจุดเด่นหรือจุดด้อยอะไรบ้าง และเมื่อเข้าใจแล้วก็ต้องพิจารณาว่า วัฒนธรรมส่วนใดควรได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริม หรือส่วนใดควรปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาการทำความเข้าใจวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ แต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ลักษณะการนำวัฒนธรรมมาใช้ในงานพัฒนาสังคมจึงหลากหลายแตกต่างกันไปตามพื้นฐาน วัฒนธรรมของแต่ละสังคม (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2543)

สรุปจากที่กล่าวมาข้างต้น การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาที่เน้นให้เกิดความสอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมของชุมชน มีความสำคัญในการก่อให้เกิดการยอมรับร่วมมือร่วมแรงร่วมใจ และยินดีที่จะเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาของชาวบ้าน แต่อย่างไรก็ดีไม่ควรใช้แทนที่ (Substitution) แนวทางอื่นๆ แต่ควรใช้ให้สอดคล้องประสาน (Articulation) กัน เช่น การทำโครงการพัฒนาเศรษฐกิจการปลูกจิตสำนึกหรือการจัดตั้งกลุ่มประชาชนที่มีพื้นฐานบนศาสนาและวัฒนธรรมของประชาชนทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในงานพัฒนาซึ่งจะยังประโยชน์สู่สมาชิกชุมชนมากที่สุด วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคนในสังคม นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถีแต่งกายวิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์ วิถีสื่อความ วิถีจราจร และขนส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะวิถีแสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้นอาจเริ่มมาจากบุคคลหรือคณะบุคคลทำเป็นตัวอย่างแล้วต่อมาคนส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติสืบทอดกันมาวัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่าซึ่งอาจทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม ดังนั้นการรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาวัฒนธรรมให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัยส่วนการอนุรักษ์ก็หมายถึงการรักษาให้คงไว้ ซึ่งเป็นไปตามวิถีประเพณีปฏิบัติตามที่มามีมาในมุมมองของการอนุรักษ์เป็นการคงไว้ซึ่งวิถีแต่เดิมที่เป็นมาที่สามารถที่จะไม่ถูกกลืนหายไปตามกาลเวลาอาจจะขัดแย้งกับการพัฒนาซึ่งนั่นหมายความว่า การพัฒนานั้นจะเป็นการดำเนินวิถีชีวิตที่มีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งอาจจะทำให้สิ่งต่างๆ ที่ปฏิบัติตามกันมานั้นถูกกลืนหายไปหากว่าไม่มีการอนุรักษ์ไว้ ดังนั้นการอนุรักษ์กับการพัฒนาจึงเป็นมุมมองของแต่ละฝ่าย

3. แนวคิดด้านการส่งเสริมและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโต และขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นสาขาทางเศรษฐกิจหลักที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านการนำมาซึ่งรายได้ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเกิดการสร้างงาน และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจที่มีเกี่ยวข้อง อย่างกว้างขวาง Lee and Back (2003) กล่าวว่าไว้ว่า การวางแผนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นควรพิจารณาการรับรู้ของผู้อยู่อาศัยและทัศนคติก่อนที่จะทำการลงทุน เพราะการลงทุนอาจจะไม่ประสบความสำเร็จหากพวกเขาไม่ได้สนับสนุนการวางแผนนี้ ความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้การพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีทิศทางและแนวทางที่เหมาะสมมี

กระบวนการจัดการอย่างต่อเนื่องที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตาม ทิศทางที่ถูกต้อง

3.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2550)

1) เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพ เดิมอย่างต่อเนื่อง

2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบ การจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

3.2 การพัฒนาการท่องเที่ยว

โศรยา สิงขวงศ์ (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงาน พัฒนาสภาพชุมชนด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมี การวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิด การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์ จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม Williams and Lawson (2001) กล่าวว่าไว้ว่า เป้าหมายหลัก ของผลกระทบทางสังคม การวิเคราะห์คือการให้นักพัฒนาหน่วยงานท้องถิ่นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อื่น ๆ ที่มีข้อมูล เกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเพื่อให้การรับรู้ผลกระทบในเชิงบวก อาจส่งเสริมและการรับรู้เชิงลบผลกระทบจะลดลงมากขึ้นผ่านการวางแผนการท่องเที่ยวที่มี

ประสิทธิ์ภาพ Brent W. Ritchie¹, and Mikko Inkari (2006) กล่าวว่าไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จะมีความแตกต่างในความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทางสังคม ในระดับที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องรายได้และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการวางแผนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว Shao (2007) กล่าวว่าไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทได้นำการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในชนบท ผ่านการท่องเที่ยวในชนบท ได้แก่ ทักษะการบริการและการฝึกอบรมภาษาต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทักษะความรู้และคอมพิวเตอร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชนบท ทำให้คนในท้องถิ่นเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ได้ ในการท่องเที่ยว Shunli Gao, Songshan Huang and Yucheng Huang (2009) กล่าวว่าไว้ว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น จะเป็นการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นการการพัฒนาสังคมชนบท ดังนั้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐสำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะต้องมีมาตรการในการรักษาวัฒนธรรมชาติพันธุ์ด้วยเพื่อความยั่งยืนในท้องถิ่น

3.3 ระดับของการวางแผนการท่องเที่ยว

ระดับของการวางแผนหรือเป้าหมายของการวางแผน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) แบ่งเป็น 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

1) **ระดับการสำรวจเบื้องต้น (Preliminary survey)** เป็นระดับพื้นฐานของการวางแผน มีเป้าหมายในการเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในประเด็นที่สำคัญ หรือปัญหาที่เด่นชัด มุ่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือการพัฒนาขนาดเล็กในระยะสั้น ซึ่งเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขกฎหมาย การบริหาร และงบประมาณ โดยนำมาประมวลวิเคราะห์เพื่อการศึกษา และพัฒนาในขั้นต่อไป การพิจารณา และศึกษาจะมุ่งประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว M. Angeles Oviedo-Garcia, Mario Castellanos-Verdugo and David Martin-Ruiz (2008) กล่าวว่าไว้ว่า การบริหารจัดการสำหรับการวางแผนการท่องเที่ยว ควรรับรู้ทัศนคติของคนในท้องถิ่นในเชิงบวกของการท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนจากคนในท้องถิ่น นักวางแผนควรตระหนักถึงในเชิงลบผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่มีการควบคุม และต้องลดเชิงลบเหล่านี้ โดยการปกฏของชุมชนท้องถิ่น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2) **ระดับการศึกษาเบื้องต้น (Preliminary study)** เป็นการศึกษาในระดับถัดจากการสำรวจเบื้องต้น เป็นการศึกษาแบบผสมผสานในทุกๆ สาขา ทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านตลาดการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่เป็นไปในลักษณะกว้างๆ โดยสังเขปเพื่อจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้โอกาส และทิศทางของการพัฒนา

การทอ่งเกี่ยววั้นๆ ในขณะเดียวกันผลของการศึกษาก็จะชี้แนวทางการดำเนินการ และการแก้ปัญหาในระยะสั้นไว้ก่อนที่จะมีการจัดทำแผนหลักในรายละเอียดต่อไป

3) **ระดับการจัดทาแผนหลัก (Master plan)** มีลักษณะเช่นเดียวกับการศึกษาเบื้องต้น โดยมีการศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียด กำหนดแผนหลัก และโครงการที่จะต้องมีการจัดทำ ตลอดจนเสนอแนะกลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่ได้วางไว้ งานในระดับนี้จะอาศัยข้อมูล และการวิเคราะห์จาก 2 ระดับแรก เป็นฐาน และจะเน้นหนักที่ การกำหนดปัญหาข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการทอ่งเกี่ยววของพื้นที่ การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ในการดำเนินการ และโครงการที่ควรจัดทำ

4) **ระดับการศึกษาความเหมาะสม (Feasibility study)** เป็นการศึกษาสืบเนื่องใน รายละเอียดของโครงการต่างๆ ที่ได้มีการกำหนดไว้ในการจัดทาแผนหลัก เช่น การพัฒนาสภาพ ของแหล่งทอ่งเกี่ยว การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ เนื่องานในระดับนี้ ในขั้นตอนที่ 5 เรื่องของแผนงานและโครงการที่จะจัดทำ เนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการ ที่จะจัดทำ เนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน เทคนิค การบริหาร การตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการ นั้นๆ ต่อไป

3.4 การจัดทำแผนพัฒนาการทอ่งเกี่ยว

การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นขั้นตอนแรกของการวางแผนการทอ่งเกี่ยวจะนั้นข้อมูล ที่จำเป็นในการวางแผนจึงอาศัยข้อมูลในด้านต่างๆ ประกอบ นอกเหนือจากข้อมูลทางด้าน การทอ่งเกี่ยวเท่านั้น เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง การทอ่งเกี่ยวจะได้พัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้อง และส่งเสริมการพัฒนาในด้านอื่นๆ ข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนการทอ่งเกี่ยวนั้นสามารถแบ่ง ออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย, 2550)

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา สார்วจข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูล

1. **สார்วจข้อมูลทั่วไป** เป็นขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนพัฒนาการทอ่งเกี่ยว ข้อมูล ที่จำเป็นในการจัดทำแผนพัฒนาการทอ่งเกี่ยวจึงต้องอาศัยข้อมูลในด้านต่างๆ ประกอบ นอกเหนือจากข้อมูลด้านการทอ่งเกี่ยว เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง และการพัฒนาการทอ่งเกี่ยวจะได้ สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ดังนี้

1) สภาพกายภาพของพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้งและเขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ และการใช้ที่ดิน

2) สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมของพื้นที่ รายได้ต่อหัวประชากร อาชีพ พื้นฐานประชากร โครงสร้างเศรษฐกิจ และการจ้างงานทางตรงและทางอ้อมจากการทอ่งเกี่ยว

3) ลักษณะของประชากร ได้แก่ จำนวนและอัตราการเพิ่มประชากร สัดส่วนประชากรเมืองต่อประชากรชนบท อัตราการเกิด อัตราการตาย การอพยพเข้าออกของประชากรและจำนวนแรงงานและสัดส่วนประชากรที่มีอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4) สภาพสังคม ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของพื้นที่ การนับถือศาสนา สภาพการศึกษา ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การละเล่น กีฬาท้องถิ่น สภาพทั่วไปด้านสาธารณสุข ฯลฯ

2. **สำรวจข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว** ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม กิจกรรมงานประเพณี กีฬา การละเล่นสำคัญ เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และหัตถกรรมสินค้าที่ระลึก

3. **สำรวจข้อมูลด้านตลาดการท่องเที่ยว** ได้แก่ จำนวนและที่มาของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือน แต่ละสถานที่ และช่วงเวลาที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดและต่ำสุด โครงสร้างนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและการเดินทางของนักท่องเที่ยว

4. **สำรวจข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐาน** ได้แก่ เส้นทางและโครงข่ายการคมนาคม ทั้งภายในพื้นที่เองและพื้นที่ใกล้เคียง โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ความพร้อมของเมือง เช่น จำนวนร้านค้า สถานบริการ ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ และที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้นมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น โดยการเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียงว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ สามารถแข่งขันกับพื้นที่ที่เป็นแบบเดียวกันได้หรือไม่ ประเด็นที่ควรนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ที่ตั้ง และทัศนคติของคนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

หลังจากที่ได้วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคแล้วจะทำให้มีข้อมูลในการวางแผนและตัดสินใจ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนของประเทศของจังหวัดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 4 เขียนแผนงานและโครงการ

เมื่อมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มีความชัดเจนและทิศทางที่แน่นอนแล้วจำเป็นที่จะต้องเขียนแผนงานและโครงการ โดยแผนงานและโครงการควรจะต้องสอดคล้องกับนโยบาย และโครงการดังกล่าวต้องคำนึงถึงมาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 5 ดำเนินการตามแผนงานและโครงการ

ในขั้นตอนนี้ควรจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ มีการใช้งบประมาณได้อย่างเหมาะสม มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการดำเนินการจัดทำแผนแม่บทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 5 ขั้นตอน โดยเห็นถึงภาพรวมของพื้นที่ทั่วไปด้านแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคตลอดจนข้อได้เปรียบเสียเปรียบทางการท่องเที่ยว สุดท้ายจะเกิดแผนงาน โครงการต่างๆ ที่สอดคล้องกันเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

3.5 การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย เป็นขั้นตอนของการวางกรอบและทิศทางที่การท่องเที่ยวควรจะต้องพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่ได้ทำการศึกษา (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2545)

1) การกำหนดนโยบาย หมายถึง แนวทางที่ผู้วางแผนได้พิจารณาจากสถานการณ์ต่างๆ อย่างรอบคอบ จึงกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างๆ เพื่อให้ผู้จัดทำโครงการและผู้ทำแผนพัฒนาโครงการนำไปปฏิบัติตามแนวนั้นๆ การกำหนดนโยบายคือการตอบคำถามว่าจะทำอะไรบ้างในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่จะไม่ระบุในรายละเอียด นอกจากนี้สิ่งที่ควรพิจารณาควบคู่ไปด้วยในการกำหนดนโยบายคือ นโยบายระดับต่างๆ ได้แก่ นโยบายระดับชาติ นโยบายระดับกระทรวง และนโยบายของจังหวัด แผนงานและโครงการพัฒนาในระดับต่างๆ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และอุปนิสัยของชาวท้องถิ่น เนื่องจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ จะมีส่วนร่วมในการกำหนดความเป็นไปได้ของนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวว่ามีมากน้อยเพียงไร

2) การกำหนดวัตถุประสงค์ หมายถึง ความมุ่งหมายที่ต้องการหรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายที่ได้กำหนดไว้ การตอบคำถามว่าตั้งนโยบายต่างๆ เหล่านี้เพื่ออะไร การกำหนดวัตถุประสงค์จะต้องสอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดและสิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่ไปด้วยเสมอ คือ วัตถุประสงค์ของชาติ ของกระทรวงต่างๆ และของจังหวัด วัตถุประสงค์ของโครงการสำคัญๆ ระยะเวลาต่างๆ ความสามารถในการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งความเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์อีกด้วย

3) การกำหนดเป้าหมาย หมายถึง ความต้องการ หรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายเช่นกัน เป้าหมายและวัตถุประสงค์อาจเป็นสิ่งเดียวกัน แต่ต่างกันที่ว่า วัตถุประสงค์เป็นผลที่ค่อนข้างจะจับต้องยาก ฉะนั้นจึงต้องอาศัยการตั้งเป้าหมายเป็นเครื่องทดสอบหรือเครื่องวัดว่าผลงานที่ได้ทำ หรือกำลังเป็นไปตามนโยบายที่ได้วางไว้จริงหรือไม่ เป้าหมายคือการถอดวัตถุประสงค์ซึ่งได้รับการกำหนดขึ้นแบบนามธรรมออกมาเป็นผลในลักษณะของรูปธรรม

สรุปจากที่กล่าวมาการส่งเสริมและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว คือเร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการขจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ โดยมีการจัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ สํารวจข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูลวิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เขียนแผนงานและโครงการ และดำเนินการตามแผนงานและโครงการ

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

4.1 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545) ได้ให้แบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีขั้นตอนและกระบวนการ ดังต่อไปนี้

4.2 ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

1) ประเภทของทรัพยากร มีทรัพยากรหลักซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และทรัพยากรรองหรือทรัพยากรสนับสนุน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2) ชนิดของทรัพยากร แบ่งได้ 5 ชนิด

ทรัพยากรธรรมชาติ	: พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำ
ทรัพยากรวัฒนธรรม	: ศาสนา มรดกวัฒนธรรม ชาติพันธุ์
ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ	: งานมหกรรม การแข่งขัน ธุรกิจ โชว์ต่างๆ
ทรัพยากรกิจกรรม	: นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก
ทรัพยากรบริการ	: การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

4.3 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1) เขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว บนพื้นที่ และประเภทของที่พักรที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในพื้นที่มีความสำคัญอะไรที่แตกต่างจากแหล่งอื่น และสิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติได้ดังนี้ ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลาง หรือ ศูนย์ข้อมูลเท่าไร ฤดูกาลและเวลาที่ใช่ การเข้าถึง การจัดการดูแลใครเป็นเจ้าของใครจัดการ การติดต่ออำนวยความสะดวกสถิตินักท่องเที่ยวลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีระดับการใช้มาก หรือน้อยใครมาเที่ยวมาจากไหนมาทำอะไรมีลักษณะประชากรอย่างไรค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอะไรในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม มีสิ่งดึงดูดอะไรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสังคม มีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยวทางเข้าใครเป็นเจ้าของใครจัดการติดต่อใครสถิตินักท่องเที่ยวมีระดับการใช้มาก หรือน้อยการติดต่อประชาสัมพันธ์ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวช่วงเวลาที่ใช่เป็นใครมาจากไหน มีลักษณะประชากรอย่างไรค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอย่างไรมีสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร เหตุการณ์นั้นเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องถิ่นหรือไม่ และความถี่ในการเกิดขึ้น ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งของเหตุการณ์สำคัญจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลายาวนานของเทศกาล การจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยว และประชากรท้องถิ่น กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม

รายการทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่มีความโดดเด่นอย่างไร สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล การเข้าถึง เจ้าของ ผู้ดูแลกิจการ การประชาสัมพันธ์ ระดับกิจกรรม สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทาง ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม

รายการทรัพยากรบริการ ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ผู้ให้บริการ การติดต่อกับผู้ให้บริการเวลาที่เปิดทำการ บริการที่เสนอให้ ข้อมูลที่มีให้ ติดต่อใคร ระดับการใช้ปัจจุบัน ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้

- บริการด้านที่พักแรม ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ระยะเวลาที่เปิด การเข้าถึงแหล่งบริการ ด้านการจัดการและมาตรฐานของการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ
- บริการด้านอาหาร ได้แก่ ชื่อและที่ตั้ง ประเภทและอันดับของบริการด้านอาหาร การจัดการด้านการบริการอาหาร สถานที่ขนาดการเปิดปิดบริการ ประเภทของผู้ใช้บริการและราคา มาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ
- บริการการต้อนรับ ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งของผู้ให้บริการ เวลาที่เปิดทำการบริการที่เสนอให้ข้อมูลที่มีให้ สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

2) ประเมินทรัพยากร

คุณภาพทรัพยากรพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความแตกต่างจากทรัพยากรที่อื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนใดต้องปรับปรุงการบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใดตลอดจนอุปสรรคต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใด

ความโดดเด่นของทรัพยากรพิจารณาดังนี้ สิ่งใดที่ทำให้ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นกว่าทรัพยากรอื่น และมีความแตกต่างเรื่องใด และทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้นๆ

อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวพิจารณาดังนี้ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีการวัดระดับการใช้และประเมินการใช้อย่างไรทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว

ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยวพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร ปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้ และทรัพยากรนั้นมีอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตอย่างไร

สรุปได้ว่าการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ การเขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และประเมินทรัพยากร ซึ่งได้แก่ รายการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ และประเภทของที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว

5. แนวคิดศักยภาพและการจัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้น ว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2529) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา และการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต

2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ (จารุจน์ กลิ่นดีปสี, 2541) โดยต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวก ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

ในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ทั้งนี้ในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการศึกษาทรัพยากรที่มีอยู่ ก่อนที่จะวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใดๆ เพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร (2542) แบ่งองค์ประกอบที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. ปัจจัยจุดใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนั้นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น ความต้องการในด้านความสงบในการพักผ่อน ความสนุกสนาน การหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจุดใจหลักแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจุดใจด้านธรรมชาติ ปัจจัยจุดใจด้านประวัติศาสตร์และศาสนา และปัจจัยจุดใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจจากสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคม ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ด้านที่พักและอาหาร การสื่อความหมาย ข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะ ตลอดจนระบบการสื่อสารโทรคมนาคม

สรุปได้ว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่น

นั้น ว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ขงนั้นหรือไม่ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพขององค์กรจากความพร้อมหรือความสามารถในการบริหารจัดการ ทรัพยากรและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนระบบบริหารจัดการ ได้แก่ โครงสร้างขององค์กร, บุคลากร, งบประมาณ, วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนวิทยาการหรือเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้อง

6. แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยว

เท่าที่ผ่านมา เราทราบกันแล้วว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้นำผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเข้ามาสู่ชุมชนท้องถิ่นและประเทศอย่างมากมาหลายทศวรรษ แต่ในขณะที่เดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ยังส่งผลกระทบต่อมนุษย์หลากหลายประการเช่นกัน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่มีทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบ และจากการศึกษาพบว่านักวิชาการส่วนใหญ่ มักจำแนกผลกระทบจากการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ด้านด้วยกันคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบด้านสังคมวัฒนธรรม และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม Bruner (1996) กล่าวว่าผลกระทบของการท่องเที่ยวมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ในด้านบวกได้แก่สร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น ในหลายแห่งการท่องเที่ยวช่วยให้คนมีงานทำในท้องถิ่นไม่ต้องอพยพไปทำงานในเมือง ทำให้ครอบครัวและชุมชนไม่ต้องแยกกันอยู่ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอาจมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจและสนใจในวัฒนธรรมของคนมากขึ้น ทำให้สนใจศึกษาค้นคว้า และรื้อฟื้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ ช่วยต่อชีวิตให้แก่หัตถกรรมพื้นบ้าน คนตรี ศิลปะการแสดง ฯลฯ มิให้สูญหายไป

6.1 ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

จากนโยบายการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเห็นได้อย่างชัดเจนว่ารัฐบาลไทยได้ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มรายได้ทางด้านเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดเงินตรา

มนัส สุวรรณ (2539) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดงานและรายได้ต่อบุคคลจำนวนมาก ทั้งที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงและในกิจกรรมเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น การนำเที่ยว ขายเป็นของที่ระลึก รถเช่า ร้านอาหาร และร้านค้าयरูป แต่ในทางกลับกันเมื่อการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ ย่อมก่อให้เกิดโทษ กล่าวคือทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ของพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นผลให้สัดส่วนการใช้แรงงานในภาคเศรษฐกิจหลักเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจทำให้การกระจายรายได้ไม่เป็นธรรมมากขึ้น เนื่องจากผู้ได้ประโยชน์

โดยตรง อาจเป็นคนเฉพาะกลุ่มและอาจเป็นคนจากต่างถิ่น ประชาชนในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สมควรได้รับประโยชน์แต่กลับไม่ได้รับประโยชน์นั้นๆ เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ที่ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านบวกว่าเกิดการกระจายรายได้ สร้างงานให้ชุมชน สร้างผู้ประกอบการ สร้างผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน มีการพัฒนาด้านการตลาด แต่เกิดผลกระทบด้านลบคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพหลัก ค่าครองชีพสูง การว่างงาน ความไม่คุ้มค่าในการลงทุน ยกตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากชาวไร่ชาวนามาทำงานด้านการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดปัญหาผลิตผลการเกษตรลดลง ในขณะที่ความต้องการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาร่วมกันร่วมใช้ ราคาสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันก็เพิ่มขึ้น ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น และเกิดลักษณะความเป็นฤดูกาลของการท่องเที่ยว อาจทำให้เกิดปัญหาว่างงาน รวมถึงความไม่คุ้มค่าในการลงทุนตามมา

นอกจากนี้สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2548) ยังเห็นว่าผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน จะทำให้เงินมีอิทธิพลกับชาวบ้านมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ของชุมชนกระจุกตัวเฉพาะพื้นที่ และมีชาวบ้านบางกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

จากผลกระทบที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ที่อธิบายถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจที่มีต่อคนในชุมชน ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นหลักๆ ดังนี้

6.1.1 ผลกระทบด้านบวกของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

- การท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานแก่ชุมชนท้องถิ่นเพราะธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) จึงเปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นเกิดการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว นับเป็นการสร้างอาชีพและการจ้างงานให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

- เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้าไปจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน เนื่องจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจการผลิตของชุมชนแต่ดั้งเดิมจะเป็นเศรษฐกิจการเกษตร ครั้นชุมชนท้องถิ่นเกิดการท่องเที่ยว จึงมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน จากเศรษฐกิจการเกษตรไปสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

- เป็นการนำรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนมีการสร้างอาชีพและการจ้างงานจากการท่องเที่ยว ย่อมก่อให้เกิดรายได้สู่ชนบทท้องถิ่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้นำเงินไปใช้จ่าย ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวจากชุมชนท้องถิ่น ทำให้รายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น
- เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวย่อมหมายถึงการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาสร้างความเจริญแก่ชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาค
- การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้ต่อหัวของชุมชนท้องถิ่น อันเป็นเครื่องชี้สถานะทางเศรษฐกิจของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นว่ามีความกินดีอยู่ดีขึ้น
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์การกระตุ้นการผลิตด้านอื่นๆ ของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้ต่อหัวของประชากรสูงขึ้น ทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นสามารถนำรายได้ไปใช้จ่ายมากขึ้น ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นกระตุ้นให้เกิดการผลิตด้านอื่นๆ และนำทรัพยากรของชุมชนในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

6.1.2 ผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจที่แสดงออกมารูปของปัญหาต่างๆ คือ

- เกิดปัญหารายได้เป็นฤดูกาลแก่ชุมชนท้องถิ่น จึงก่อให้เกิดปัญหารายได้ที่ไม่สม่ำเสมอขึ้นตามฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะในฤดูกาลท่องเที่ยวน้อย (Low Season) ก็จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวน้อยลงด้วย เป็นเหตุให้ชุมชนไม่สามารถพึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลักได้ เพราะจะมีความเสี่ยงสูง อีกทั้งเกิดปัญหาการว่างงานในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้วย
- เกิดปัญหาคุณภาพของแรงงานในชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมต้องการแรงงานด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นเหตุให้เกิดการถ่ายเทแรงงานจากชุมชนท้องถิ่นอื่นเข้ามาทำงานในชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีแรงงานส่วนหนึ่งที่คือคุณภาพเข้ามาด้วย ก่อให้เกิดผลเสียต่อการท่องเที่ยวโดยรวม อีกทั้ง ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการพัฒนาคุณภาพแรงงานมากขึ้น
- เกิดปัญหาราคาและค่าครองชีพแก่ชุมชน กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวถือโอกาส โกงราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เกิดภาวะเงินเฟ้อขึ้นในท้องถิ่น ทำให้ค่าครองชีพของชุมชนท้องถิ่นสูงขึ้นตาม นอกจากนี้ยังทำให้ราคาที่ดินของชุมชนท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น เพราะแย่งกันประมูลซื้อที่ดินที่มีทำเลดีเหมาะสมกับการท่องเที่ยว ยิ่งทำให้เกิดเงินเฟ้อมากขึ้น

- เกิดปัญหาการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศแก่ชุมชน เพราะความต้องการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น และเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ปัญหาการแก่งแย่งผลประโยชน์แก่ชุมชน นำมาซึ่งการแข่งขันในการผลิตและจำหน่ายสินค้าบริการทางการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้เกิดการแก่งแย่งผลประโยชน์ขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งอาจมีการตัดราคาและขอมขาดทุน ซึ่งเป็นผลเสียต่อเศรษฐกิจโดยรวม
- เกิดปัญหาส่วนแบ่งผลประโยชน์อันควรได้ของชุมชนท้องถิ่น เพราะการท่องเที่ยวอาจเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกชุมชนเข้ามาดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้ชุมชนในท้องถิ่นได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในอัตราส่วนค่อนข้างน้อย ซึ่งในความถูกต้องแล้วผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ควรตกอยู่กับคนในชุมชนท้องถิ่นนั้น
- เกิดปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดระเบียบชุมชนในท้องถิ่น เนื่องจากเมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นทำให้มีนักท่องเที่ยวและแรงงานต่างถิ่นหลั่งเข้ามา จึงสร้างปัญหาให้กับชุมชน โดยต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เพื่อการจัดระเบียบชุมชนเพื่อคงไว้ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป เช่นค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียและขยะมูลฝอย ค่าใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซมความเสียหายของทรัพยากรท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการจัดสาธารณูปโภค
- เกิดปัญหาในราคาที่ดินในชุมชนท้องถิ่นสูงขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนี้จำเป็นต้องใช้ที่ดินที่มีทำเลดี ก่อให้เกิดภาวะเงินเฟ้อแม้ว่าภาวะที่ดินราคาสูง อาจเป็นผลดีต่อเจ้าของที่ดิน เพราะสามารถขายที่ดินราคาดี แต่ในระยะยาวจะเป็นผลเสียต่อชุมชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ของชุมชนที่ต้องการตั้งหลักฐานให้แก่ครอบครัว จำเป็นต้องมีที่ดินสำหรับปลูกบ้านหรือทำมาหากิน ก็จะไม่มีการลงทุนหรือซื้อได้ ยิ่งบรรพบุรุษไม่มีที่ดินยกให้แก่ลูกหลาน ก็จะเกิดผลการอพยพออกนอกชุมชนหรือทำการบุกรุกป่าสงวนและที่ดินสาธารณประโยชน์อื่นๆ

6.2 ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

ในการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวทางด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น ได้มีผู้ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ไว้หลายท่าน บางท่านได้ศึกษาถึงผลกระทบทั้งทางด้านสังคมและวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน

มนัส สุวรรณ (2539) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ผลกระทบทางตรงของการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมเดิมถูกนำมาดัดแปลง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในลักษณะที่เรียกกันว่า “การขายวัฒนธรรม” Cohen (1996)

กล่าวว่า วัฒนธรรมประเพณีที่นักท่องเที่ยวชื่นชมนั้น กลายเป็นวัฒนธรรมเพื่อการแสดง เป็นเพียงสินค้าอย่างหนึ่งที่นำออกมาขาย โดยไม่มีส่วนสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของสังคมนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรม ประเพณี เนื่องจากมีการนำวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมและประเพณีของสังคมไทย มาเป็นสินค้าดึงดูดทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งหากไม่มีการระมัดระวังสิ่งที่เกิดขึ้นคือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ เนื้อหาดั้งเดิมของประเพณี วัฒนธรรมเดิมที่นำมาเป็นจุดขาย มุ่งเน้นในด้านการค้าความสวยงาม อลังการ ลดความประณีต คัดชั้นตอนที่เนื้อหาเดิมสิ่งที่น่าสนใจคือการแสดงที่ตื่นตาตื่นใจ ละเลยประเด็นด้านวิถีชีวิตและคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนสังคมท้องถิ่นนั้นๆ ไป

โดยทางอ้อมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดกิจกรรมเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ตามมา ได้มีส่วนทำให้สายสัมพันธ์ทางสังคม-วัฒนธรรม (Social-culture linkages) ของประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องหย่อนยาน คนรุ่นใหม่ต่างมุ่งหวังจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้นมากกว่าการสืบทอดอาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษ ยิ่งไปกว่านั้นการมีส่วนร่วมในโอกาสงานภาคบริการนี้ ทำให้ผู้มีส่วนร่วมเริ่มเห็นห่างจากญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงและกิจกรรมในชุมชนมีส่วนร่วมงานน้อยลง ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นเริ่มจางหายไป คนรุ่นใหม่จะชื่นชมกับความก้าวหน้าของสังคมสมัยใหม่มากกว่าการผูกติดกับวิถีชีวิตเดิม นอกจากนี้อาจเกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างรุนแรง เนื่องจากความอ่อนแอของสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งจะปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างท้องถิ่น มากกว่าความพยายามที่จะคงวัฒนธรรมเดิมของตนเป็นลักษณะเด่นเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวก็มีผลดีต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือประเทศเอาไว้ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว หากไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมอันเป็นมรดกและเอกลักษณ์ของสถานที่อาจเสื่อมหรือสูญไปก็เป็นได้

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2530) ยังได้อธิบายถึงผลกระทบทางการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมชุมชนในแง่ของความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกับวิถีชีวิต ซึ่งเกิดจากการลอกเลียนแบบอย่างจากนักท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการลอกเลียนแบบอย่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยคนท้องถิ่น จึงก่อให้เกิดปัญหาการใช้วัฒนธรรมที่ไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่ลอกเลียนแบบมาจากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหากับคนท้องถิ่นและสังคมของท้องถิ่นอยู่มาก การเลียนแบบทางวัฒนธรรมซึ่งไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตที่เป็นจริงของผู้คนในสังคม คืออุดมการณ์ที่นำไปสู่การพึ่งพา เช่น บ้านนอกพึ่งพากรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมการท่องเที่ยว และกรุงเทพฯ ก็พึ่งพาต่างประเทศซึ่งเป็นผู้ส่งนักท่องเที่ยวเข้ามา วัฒนธรรมพึ่งพาเหล่านี้ไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่ตัดขาดจากวิถีชีวิตเหล่านี้

ยอมไม่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคม ดังนั้นจึงไม่อำนวยความสะดวกแก่ชุมชนและสังคมเลย นอกจากนี้ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม ยังก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนตัวเองของวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อรับใช้วัฒนธรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความไม่สัมพันธ์กันของวิถีชีวิตของชุมชนจน ในที่สุดก็จะเกิดการคัดแปลงวัฒนธรรม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นคุณค่าเดิมของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เคยสัมพันธ์กับ วิถีชีวิตจึงถูกทำลายและหมดคุณค่าลงไป

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้ให้แนวคิดคล้ายคลึงกับมโนัส สุวรรณ และนิธิ เอียวศรีวงศ์ เช่นกัน แต่ได้ให้มุมมองที่ต่างออกไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการนำวัฒนธรรมมาเป็นการค้า เช่น การคัดแปลงงานประเพณีให้เป็นงานบันเทิงทางการท่องเที่ยว อาจทำให้สูญเสียความภาคภูมิใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมของธรรมชาติเกิดการลอกเลียนแบบหรือผลิตศิลปวัตถุโดยขาดคุณค่าทางศิลปะ และความประณีตบรรจง ทำให้วัฒนธรรมการแต่งกายและค่านิยมของวัฒนธรรมท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเลียนแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และในด้านผลกระทบทางสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวมีอิทธิพลก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านที่เป็นต้นเหตุของความเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยที่เคยโอปอ้อมอารีและความเป็นมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว เกิดปัญหาอาชญากรรมเนื่องจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีส่วนในการส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นปัญหาของสังคม เช่น การบริการทางเพศ การเสพยาเสพติด Lea (1988) กล่าวว่าในทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นำผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาพบกัน ย่อมต้องมีการติดต่อแลกเปลี่ยนหรือเลียนแบบวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศกำลังพัฒนาเช่นประเทศไทย การรับวัฒนธรรมมักจะเป็นไปในลักษณะของคนท้องถิ่นการเลียนแบบรับเอาวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมาปฏิบัติ มีส่วนบิดเบือนวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมด้านภาษา การแต่งกาย ศิลปกรรมจรรยาและค่านิยมทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มของอาชญากรรมหรือโสเภณีได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านลบในแง่ของการก่อให้เกิดปัญหา คือ ปัญหาความแตกต่างและไม่เสมอภาคระหว่างชุมชน เนื่องจากความเหลื่อมล้ำของรัฐ ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา การคมนาคมขนส่ง โทรศัพท ซึ่งมักดำเนินการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปรียบเทียบและให้ชุมชนต่างๆ เกิดความรู้สึกว่าหากมิได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็มักถูกทอดทิ้งไม่ได้รับการพัฒนา ปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าของท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว เพราะพฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยว เช่น การแต่งกายไม่สุภาพเข้าไปยังศาสนสถาน หรือปูชนียสถานหรือการกระทำที่ไม่

เหมาะสมอันรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะก่อให้เกิดความขัดแย้ง กับคนในท้องถิ่น เนื่องจากความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมและประเพณีบางประการ (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546)

พร้อมกันนั้น พลอยศรี โปราณานนท์ (2548) ได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาอาชญากรรมทางการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ไม่ค่อยมีคนกล่าวถึงนัก คือการเข้ามาหาผลประโยชน์จากกลุ่มนายทุนโดยการปลอมตัวเป็นนายทุนท้องถิ่น เพื่อให้กว้านซื้อที่ดินชุมชนในราคาถูก และเมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ที่ดินจึงเป็นของมีค่าและสามารถสร้างมูลค่าได้สูงมาก แต่ในทางกลับกันเจ้าของที่ดินดั้งเดิมได้รับผลประโยชน์น้อยมาก ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ล้วนเป็นตัวอย่างของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดำเนินการ โดยรัฐบาลและกลุ่มนายทุน ซึ่งเป็นผลมาจากเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่จำกัดผู้อาศัยในท้องถิ่นให้ออกไปจากการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นของเขาเอง

นอกจากนี้ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) ได้กล่าวถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Impact) ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งเป็นมุมมองที่แตกต่างออกไปโดยการพิจารณา ลักษณะของ 1) การเผยแพร่วัฒนธรรมและการยอมรับวัฒนธรรม (Diffusion and Acculturation of Culture) 2) การต่อต้านด้านวัฒนธรรม (Reaction of Culture) 3) การซื้อขายวัฒนธรรม (Commoditization of Culture) 4) การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Preservation of Culture) และ 5) การเปลี่ยนแปลงครอบครัว ซึ่งอธิบายต่อไปนี้

1. การเผยแพร่วัฒนธรรม หมายถึง การเผยแพร่ขายวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง อาจเกิดขึ้นโดยเจ้าของวัฒนธรรมนำไปเผยแพร่หรือการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน วัฒนธรรมบางอย่างที่รับเข้ามาได้มีการเปลี่ยนแปลงสรรทำให้เหมาะสมและไม่ขัดแย้งกับจารีตประเพณี การยอมรับวัฒนธรรม หมายถึง การที่วัฒนธรรมแข็งแกร่งกว่าเผยแพร่เข้าสู่วัฒนธรรมอ่อนกว่าแล้วทำให้เกิดการยอมรับโดยวิธีการบังคับ บางครั้งอาจเกิดการยอมรับเป็นบางส่วนก็ทำให้เกิดการผสมผสาน (Assimilation) ระหว่างวัฒนธรรมเก่ากับวัฒนธรรมใหม่ แต่บางกรณีเจ้าของวัฒนธรรมเก่าก็อาจแสดงการต่อต้าน (Reaction) วัฒนธรรมใหม่การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพบกันระหว่างวัฒนธรรมใหม่ของนักท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมเก่าของชาวบ้านในท้องถิ่น จึงทำให้เกิดการยอมรับปฏิเสธรหรือผสมผสานกลมกลืนซึ่งกันและกัน

2. การต่อต้านวัฒนธรรม (Reaction of Culture) เกิดจากวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกระทบต่อจารีตประเพณี ความเชื่อหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยว กับประชาชนในท้องถิ่น ถ้าความขัดแย้งไม่รุนแรงก็ก่อให้เกิดการรังเกียจไม่ยอมรับนักท่องเที่ยว แต่ถ้ารุนแรงอาจเกิดการขับไล่นักท่องเที่ยวออกไป ความขัดแย้งทางวัฒนธรรมอาจทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนในท้องถิ่นได้ เนื่องจากคนในท้องถิ่นส่วนหนึ่งได้รับประโยชน์โดยตรงจากนักท่องเที่ยว จึงต้องเอาใจนักท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่ประชาชน

ท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง ก็คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นปัญหาเรื่องความขัดแย้งทางวัฒนธรรมดังกล่าว จึงส่งผลให้บุคคลในท้องถิ่นเกิดความแตกแยกอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3. การซื้อขายวัฒนธรรม (Commoditization of Culture) เกิดจากนักท่องเที่ยวมีความสนใจทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ศิลปะสาขาจิตรศิลป์ ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ตลอดจนจารีตประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และศาสนา จึงเกิดการซื้อขายวัฒนธรรม โดยคนท้องถิ่นผลิตวัฒนธรรมขายแก่นักท่องเที่ยว การนำวัฒนธรรมไปตอบสนองทางการค้ามากเกินไป ทำให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพราะผลผลิตที่เกิดขึ้นใหม่ต้องเปลี่ยนวัตถุประสงค์ รูปแบบและจิตวิญญาณในการผลิตเพื่อตอบสนอง ความต้องการทางการค้า ซึ่งทำให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างเลื่อนลอย (Cultural Drift)

4. การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Preservation of Culture) การท่องเที่ยวมิได้ทำให้เกิดการฟื้นฟูแก่ศิลปวัตถุ แต่ด้านประเพณีต่างๆ ก็ได้รับการฟื้นฟูด้วย บางอย่างอาจดัดแปลงให้ยิ่งใหญ่ น่าสนใจกว่าเดิม แต่ยังคงสภาพความเชื่อและดำรงภูมิปัญญาเดิมไว้ เช่น ประเพณีลอยกระทง จังหวัดเชียงใหม่

5. การเปลี่ยนแปลงครอบครัว (Family Change) การท่องเที่ยวทำให้ครอบครัวเปลี่ยนแปลง ในเรื่องสถานภาพหน้าที่ และลักษณะของครอบครัวในประเทศกำลังพัฒนา ดังเช่นในเรื่องสถานภาพและหน้าที่บทบาทของผู้หญิงเปลี่ยนแปลงไป สามารถกำหนดบทบาทในครอบครัวได้มากขึ้นกว่าเดิม ชายหนุ่มมีบทบาทในครอบครัวและชุมชนแทนผู้อาวุโสมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่น โดยได้แบ่งออกเป็นผลกระทบด้านสังคม และผลกระทบด้านวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด ดังนี้คือ

6.2.1 ผลกระทบด้านบวกของแหล่งท่องเที่ยวต่อชุมชนด้านสังคม

- เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เกิดธุรกิจท่องเที่ยวขึ้น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่เปลี่ยนจากอาชีพการเกษตรเดิม มาสู่อชีพด้านการท่องเที่ยวอันเป็นอาชีพหลักใหม่หรืออาชีพเสริม

- การท่องเที่ยวช่วยสร้างสรรค์ความเจริญสังคมแก่ชุมชน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนในการสร้าง สิ่งใหม่ๆ ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่ชุมชนท้องถิ่นด้วย

- ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ ต่อเศรษฐกิจของชุมชน ทำให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้และอำนาจซื้อมากขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดีเป็นการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของชุมชนให้ดีขึ้น

- เกิดการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างครอบครัวของชุมชน คือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น จึงก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและการจ้างงาน ซึ่งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องการความมั่นคงของครอบครัว จึงมีแนวโน้มที่จะให้ขนาดของครอบครัวเล็กลง อันเป็นการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างทางครอบครัวของชุมชนในท้องถิ่นให้มีความมั่นคงขึ้น แม้ว่าคนที่แต่งงานแล้วและอยู่ในวัยเจริญพันธุ์ก็ประสงค์จะทำงานหารายได้สร้างความมั่นคงให้แก่ครอบครัว โดยชะลอการมีบุตรไว้เก็บเงินออมให้มากขึ้น

- การท่องเที่ยวช่วยสร้างความมั่นใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เพราะการท่องเที่ยวจะช่วยเปิดโอกาสให้สังสรรค์สมาคมขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับประชาชนในท้องถิ่นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นซึ่งกันและกัน

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างสามัคคีให้แก่สังคมชุมชน ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจตระหนักในคุณค่าความรักและความห่วงหาทรพยากรท่องเที่ยว ยังผลให้เกิดความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการร่วมมือพัฒนา และอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกันให้คงอยู่อย่างยั่งยืนเกิดความเข้มแข็งของชุมชน กระตุ้นการมีส่วนร่วม ความภาคภูมิใจ ความรักถิ่นฐาน

- การท่องเที่ยวช่วยให้การอพยพย้ายถิ่นของคนในชุมชน กล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นย่อมก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและจ้างงานในชุมชน ซึ่งโดยธรรมชาติมนุษย์มักจะรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง เมื่อมีโอกาสประกอบอาชีพที่เหมาะสมในชุมชนของตนก็ไม่อยากย้ายถิ่นไปทำงานที่อื่น

- การท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยแก่ชุมชนท้องถิ่น เพราะการท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวมาก นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนที่มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้นชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องเสริมสร้างให้มีความปลอดภัยเพียงพอ

6.2.2 ผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านสังคม

- ปัญหาการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมในชุมชน กล่าวคือ ชุมชนเคยมีความเป็นอยู่ในสังคมที่เรียบง่าย เมื่อการท่องเที่ยวเข้าไปย่อมเป็นเหตุให้คนในชุมชนเกิดความชื่นชม และเลียนแบบนักท่องเที่ยว จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมที่มีมาแต่ครั้งเดิม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกายพื้นเมืองสมัยใหม่ เกิดค่านิยมในการบริโภคสินค้าต่างๆ ใช้เครื่องจักรกลมาผลิตสินค้าพื้นเมืองแทนแรงงานมือ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นการทำลาย

เอกลักษณ์ของชุมชน อันเป็นเสน่ห์ที่เคียดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการใช้ชีวิตอย่างพึงเพื่อ ไม่ประหยัดและสร้างปัญหาแก่สังคมในระยะยาว

- ปัญหาความผูกพันทางครอบครัว กล่าวคือ เมื่อกลุ่มหนุ่มสาวมีงานทำธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งการทำงานมีวันหยุดไม่แน่นอน จึงทำให้ต้องห่างเหินจากครอบครัว นอกจากนี้เมื่อรายได้ดีก็มักปลีกตัวหนีจากความเข้มงวดทางสังคมของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ความผูกพันทางครอบครัวลดน้อยลง

- เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นเข้ามา เมื่อชุมชนมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นย่อมทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามาหางานทำจึงสร้างปัญหาต่างๆ มากมายให้แก่ชุมชนที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่อยู่อาศัย ปัญหาสาธารณสุข ปัญหาการกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น

- เกิดปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนบางรายเกิดความโลภจึงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยเล็งเห็นแก่ผลประโยชน์ ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม คิดกำไรเกินควร เกิดการหลอกลวงหรือโกงนักท่องเที่ยว ด้วยการ ขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำกว่าราคา ทำให้ภาพการท่องเที่ยวของชุมชนติดลบจนนักท่องเที่ยวไม่อยากเข้ามาท่องเที่ยว

6.3 ผลกระทบด้านวัฒนธรรม

6.3.1 ผลกระทบด้านบวกของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านวัฒนธรรม

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว และสามารถให้ผลตอบแทนเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวในรูปค่าเข้าชม เช่น รายได้จากการเก็บค่าเข้าชมโบราณสถาน และวัดพุทธาสนาสถาน เป็นต้น

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมของชุมชน

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความรักความหวงแหน และความภาคภูมิใจของวัฒนธรรมแก่ชุมชน เนื่องมาจากวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนท้องถิ่นเป็นตัวดึงดูดใจ ที่สำคัญ ย่อมทำให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดความตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณีของตนเป็นเหตุให้เกิดความรัก ความหวงแหน ความภาคภูมิใจในสิ่งที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น และก่อให้เกิดประโยชน์ในการร่วมมือร่วมใจช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกันระหว่างประชาชนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมของกันและกันอีกด้วย

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายงานศิลปวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น แล้วนำมาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

6.3.2 ผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านวัฒนธรรม

- ปัญหาการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางวัฒนธรรมของชุมชน กล่าวคือ เมื่อเป็นการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมนำความเจริญทางวัตถุเข้าสู่ชุมชน จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางวัฒนธรรมที่มีมาแต่โบราณ ถ้ามองในระยะยาวแล้วนับเป็นการทำลายเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นเสน่ห์ที่ใช้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมเยือน

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เนื่องจากไม่รู้คุณค่าของศิลปวัตถุ เช่น การขีดเขียนบนศิลปวัตถุมาเป็นสมบัติส่วนตัว จึงเกิดการขโมยศิลปวัตถุไปขายให้นักท่องเที่ยว หรือตัดเศียรพระพุทธรูปไปขายให้นักท่องเที่ยว

6.4 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

เมื่อก้าวถึงการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ถือเป็นองค์ประกอบและปัจจัยที่สำคัญยิ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อเกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจมาสู่สังคม การสร้างรายได้ สร้างงาน หรือการนำมาซึ่งกระแสเงินตราต่างประเทศสู่ประเทศโลกที่สาม แต่อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวได้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) สิ่งแวดล้อมด้านธรรมชาติ (Natural Environment) หรือสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ แผ่นดิน น้ำ พืช และสัตว์น้ำ 2) สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Environment) ได้แก่ โบราณสถาน สิ่งก่อสร้าง อาคาร ที่พักอาศัย ถนน เป็นต้น (สุทธิรักษ์ ชูชาติ, 2543)

ดังนั้นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของสิ่งแวดล้อม สร้างเป็นสภาพแวดล้อมใหม่ขึ้นมาโดยสภาพแวดล้อมใหม่ที่สร้างขึ้นอาจจะก่อผลด้านบวก หรือด้านลบต่อสภาพแวดล้อมเดิมที่เป็นอยู่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับสภาวะของสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่สนใจ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นโดยมนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ (กนกพร สว่างแจ้ง, 2540)

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวสามารถมองเป็น 2 ประเด็นกว้างๆ คือ

- 1) ความกลมกลืน (Harmony) เกิดขึ้นเมื่อการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเกื้อกูลอำนวยความสะดวกซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 2) ความขัดแย้ง (Conflict) เกิดขึ้นเมื่อการท่องเที่ยวทำให้สิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหาย อาจมีสาเหตุมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป ขาดความระมัดระวัง จงใจกระทำหรือขาดการศึกษา (อุตร วงษ์ทับทิม และคณะ, 2546)

การพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะดวกและการบริการทางการท่องเที่ยว อาจก่อให้เกิดการทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ โดยผลกระทบด้านนี้จะเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เช่น การบุกรุกที่ดินสาธารณะ การปลูกสร้างอาคารที่มีรูปแบบขัดต่อสภาพแวดล้อม การกำจัดสิ่งปฏิกูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้ให้แนวคิดเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในแง่ประโยชน์และความกลมกลืนที่เกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น คือ

- การท่องเที่ยวช่วยสร้างความตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระตุ้นให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมมากขึ้น
- การท่องเที่ยวช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว เพราะชุมชนเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยว จึงช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชนและสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาใช้สนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนอีกด้วย
- การท่องเที่ยวช่วยฟื้นฟูและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่นทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อม และเกิดการนำทรัพยากรท่องเที่ยวหรือวัตถุดิบในชุมชน มาใช้ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาและการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของชุมชนการท่องเที่ยวทำให้ประชาชนในชุมชนเกิดการร่วมมือร่วมใจพัฒนาและปรับปรุงสิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยกันรักษาความสะอาด ช่วยกันปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม และผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในแง่และความขัดแย้งที่เกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น ดังนี้คือ
 - เกิดปัญหาทรัพยากรน้ำของชุมชน กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมต้องการน้ำดื่มน้ำใช้มากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำดื่มน้ำใช้ เป็นเหตุให้มี การเจาะน้ำบาดาลเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นสถานบริการนักท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นยังมีระบบ

บำบัด น้ำทิ้งไม่ได้มาตรฐาน ทำให้น้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง และส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำของชุมชน ท้องถิ่นเสื่อมโทรม รวมถึงสิ่งมีชีวิตในน้ำอาจตายได้

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และมลภาวะในชุมชนเช่น ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาอากาศเป็นพิษ ปัญหาภาวะทางเสียง ปัญหาเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนทั้งสิ้น

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการทรุดตัวของทรัพยากรดินในชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบเดินป่า ย่อมมีผลทำให้เกิดการพังทลายของดิน นอกจากนี้ธุรกิจท่องเที่ยวหันมาใช้น้ำบาดาลมากขึ้นทำให้ง่ายต่อการทรุดตัวของผิวดิน

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาทำลายภูมิทัศน์ของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ จำต้องมีการสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างขึ้นในชุมชน ซึ่งอาคารและสิ่งก่อสร้างบางแห่งก่อให้เกิดปัญหาและทำลายทัศนียภาพอันสวยงามของชุมชน บางแห่งก็มีลักษณะไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาความไม่เป็นระเบียบในการก่อสร้างอาคาร ก่อให้เกิดการอูจาดตาขึ้นในชุมชน

- ปัญหาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการพัฒนาสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆตามนโยบายของรัฐ รวมถึงการพัฒนาสิ่งก่อสร้างของผู้ประกอบการ โดยไม่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม เช่น การถมที่ ถมทะเล การสร้างถนนประชิดชายฝั่ง ฯลฯ ล้วนแต่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวผลกระทบต่อทางกายภาพอื่นๆ ตามมามากมาย เช่น การพังทลายและการกัดเซาะชายฝั่ง การเกิดตะกอน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2544)

7. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

7.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (The meaning of Tourism)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องกับ โดยเป็นการท่องเที่ยวเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม และก่อให้เกิดความสุขใจ และไม่ได้มีจุดประสงค์อื่น มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization –WTO ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางใดๆก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้ ประการที่ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่ 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม ประการที่ 3) เป็นการเดินทางด้วย

วัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางต้องมีไว้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุดเพื่อการศึกษา เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ที่ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าหมายถึงกิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน (3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

Coltman (1989) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

Mill (1990) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

Davison (1993) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากบ้านพัก เป็นการชั่วคราว ระยะเวลาสั้นๆเพื่อ ไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา เป็นต้น

7.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Components of Tourism)

การท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมใหญ่ที่สุดที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก

พยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการสอนสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 2549) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น คอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบท เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Bed&Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่างๆจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในระดับต่างๆกัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน เช่น ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชานา บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and Recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกัน ในยุคปัจจุบัน ซึ่งการท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแต่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้นหากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น (Rainforest) การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

5. ส่วนประกอบอื่นๆ บริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ได้แก่ ทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อาทิ เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลีในปี ค.ศ.1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่าการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ เมื่อมีเวลาว่าง เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อการกีฬา เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมมิตร และญาติ และเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mill,1990)

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังนี้คือการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

1. กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism)

2. กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) กับ การท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short- Haul)

3. กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติ การประชุม เพื่อสุขภาพ

4. กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home stay) และการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก

5. กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

6. กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive travel and visits)

7. กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social tourism)

7.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

คำเกิง โถทอง และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ไปในโลกกว้าง ตลอดจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการ หลากหลายรูปแบบ ดังนี้ ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม หรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และ บางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตชีวิตดั้งเดิมที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว กลับมาสร้างสีสันดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดอาหารงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การรำฟ้อนบ้าน การแสดงศิลปะ และ หัตถกรรมรุ่นโบราณๆ ไว้บริการด้วย เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourist) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและ โบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์วิหาร วังต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม เน้นดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นที่พิภพที่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิตตามสถานที่ต่างๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด ที่แนวต้นไม้ป่าไม้ไผ่ สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิส ชั้นเลิศ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงานประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อสันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สรุปจากข้างต้นที่กล่าวมาเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน คือ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ และส่วนประกอบอื่นๆ บริการเบ็ดเตล็ด จากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

8. ทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความสำเร็จ ความล้มเหลว การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Subsystem) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์

(Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย (นิภาพร หนูอักษร, 2548) ซึ่งองค์กร UNESCO ได้กล่าวถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวในหลวงพระบางได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การวางแผนและการจัดการเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าหากประเทศต้องการที่จะประสบความสำเร็จ การขาดการวางแผนที่ดีในการก่อสร้าง การโฆษณา การลงทุนก็จะไม่สามารถนำไปสู่ผลประโยชน์ได้ การขาดการบริหารที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดปัญหาต่อภาวะการณ์ควบคุมในอนาคต ไม่ใช่แต่เพียงการวางแผนและการจัดการอย่างเดียวเท่านั้นว่าเป็นสิ่งสำคัญ แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีความสำคัญเช่นกัน ชุมชนในหลวงพระบางจะต้องได้รับรู้ในรายละเอียดและได้รับโอกาสเพื่อร่วมกันวางแผนและกระบวนการจัดการ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2004)

การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุกๆ ด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่นเดียวกับ ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ได้กล่าวถึงหลักการในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ไว้ว่า

1. **อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable)** หมายถึง มีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัด คำนึงถึงต้นทุนด้านคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติ และต้นทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. **ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสีย (Reducing over-consumption and waste)** การร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน หรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

3. **รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain diversity)** ต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยวโดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการเพิ่มคุณค่า และมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. **ประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning)** การประสานแผนการพัฒนา กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น (อบต. หรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพ

5. **นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting local economy)** การประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยว เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. **การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local communities)** มีการร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม (Participation approach) โดยเข้าเป็นหน่วยงานร่วมจัด ร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหา ร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. **จัดประชุม และปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting stakeholders and the public)** ต้องมีการประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือในการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

8. **การพัฒนาบุคลากร (Training staff)** การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และมีวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. **การจัดเตรียมข้อมูลบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing tourism responsibly)** มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการบริการการขายให้พร้อม มีเพียงพอต่อการเผยแพร่ ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ

10. **ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking research)** การช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัย เพื่อทราบผลของการบริการ นำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการ การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุกๆ ด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ได้แก่ อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลดการบริโภคนิยมและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสีย รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น จัดประชุม และปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน การพัฒนาบุคลากร การจัดเตรียมข้อมูลบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการ การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

9. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Marketing Promotion) คือการติดต่อลูกค้าผู้คาดหวังเพื่อแจ้งให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ของตนจำหน่ายอยู่ และเชิญชวนให้เค้ายอมรับว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการเพื่อให้ได้รับความพอใจได้ หรือ คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อชักชวนบุคคลอื่นให้ยอมรับข้อคิดเห็น แนวความคิดหรือสิ่งต่างๆ ที่นำเสนอ

ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารของผู้ผลิตทำไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ชักจูง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ซื้อเกิดขึ้น ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย

กุญแจที่นำความสำเร็จมาสู่การค้าในธุรกิจในทุกวันนี้คือ การผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค แต่การที่สินค้ามีคุณภาพที่ดีได้ตามมาตรฐานตามที่ต้องการ หรือราคาที่สมเหตุสมผลกับความสามารถในการจ่ายของผู้บริโภค ก็ยังไม่เป็นหลักประกันว่าธุรกิจจะขายสินค้าได้ ทั้งนี้ต้องอาศัยการให้ข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า การสร้างสรรค์ข้อความที่

สามารถโน้มน้าวจิตใจให้ผู้บริโภครัดสินใจซื้อ ตลอดจนการหาวิธีติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง งานดังกล่าวก็คือการส่งเสริมการตลาด หรือการติดต่อสื่อสารทางการตลาดนั่นเอง

การส่งเสริมการตลาดกับส่วนผสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และเจริญ ไชย (2537) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

สุปัญญา ไชยชาญ (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การสื่อสารทุกรูปแบบที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักชวน หรือเตือนความจำผู้บริโภคให้ทราบ ให้ซื้อ ให้ไม่ลืมสินค้าหรือบริการของบริษัท ตลอดจนจินตภาพ เจตภาพ และกิจกรรมที่บริษัท ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของชุมชนหรือสังคม การสื่อสารข่าวสารนี้ เรียกว่าการสื่อสารการตลาด

ไกรฤทธิ บุญเกียรติ (2544) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดหมายถึงการสื่อสารหรือการสื่อข้อความที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ภาพลักษณ์ของกิจการ และอื่นๆ จากผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภค โดยอาศัยสื่อต่างๆ ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน และกิจการเองก็ได้รับผลตอบแทนต่างเหมาะสม

ประกาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ (2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารการตลาดโดยมุ่งสร้างความต้องการในการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยใช้ส่วนประสมในการสื่อสารการตลาด อันประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ซึ่งรวมเรียกว่า ส่วนประสมของการสื่อสารการตลาด

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดหมายถึงกระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคลและไม่ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อลูกค้า เพื่อทำกิจกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจต้องการ

E. Jerom Mearthy และคณะ (2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

งานทางการตลาดสมัยใหม่คือ งานที่ผู้ผลิตจะต้องค้นหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคให้พบและต้องมีการพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ด้วยสินค้าหรือบริการเฉพาะอย่าง ในขณะที่เดียวกัน การกระทำนั้นๆ จะต้องสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายของกิจการให้ได้ภายใต้ขอบเขตของทรัพยากรที่มีอยู่และข้อจำกัดต่างๆ ดังนั้นหน้าที่หนึ่งของนักการตลาด คือ การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด (Developing the Marketing Mix)

ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ ซึ่งส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่เรียกว่า 4Ps นั้นประกอบด้วย

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ราคา (Price)
- 3) การจัดจำหน่าย (Place)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสามารถกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้เกิดขึ้นได้ รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มปริมาณสินค้าในสต็อก และความเต็มใจในการจำหน่ายสินค้าให้แก่พ่อค้าคนกลางได้อีกด้วย กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1) กลยุทธ์ผลักดัน (Push Strategy) เป็นความพยายามในการผลักดันสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยการทำการส่งเสริมการขายโดยตรงให้แก่พนักงานขายและพ่อค้าคนกลางรวมทั้งการโฆษณาทางการค้า (Trade Advertising) เป็นการสร้างความต้องการของสินค้าโดยผ่านจากผู้ผลิตไปยังพ่อค้าส่ง จากพ่อค้าส่งไปยังพ่อค้าปลีก และจากพ่อค้าปลีกไปยังผู้บริโภค

2) กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) เป็นความพยายามในการดึงผู้บริโภคให้ซื้อผลิตภัณฑ์โดยทำการโฆษณาอย่างกว้างขวางรวมทั้งการส่งเสริมการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค เช่น การลดราคา การให้ของแถม ของแถม คุปอง แสตมป์การค้า เป็นต้น

3) กลยุทธ์ผสม (Mix Strategy) เป็นการใช้กลยุทธ์ทั้งสองอย่างคือ กลยุทธ์ผลักดันและกลยุทธ์ดึง ไปพร้อมกัน

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด กล่าวโดยสรุปแล้วการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึง กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้ซื้อให้เกิดการยอมรับและทำให้เกิดการซื้อขาย และเพื่อการดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การโฆษณา (Advertising)
- 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
- 3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling)
- 4) การส่งเสริมการขาย (Sales Production)

ดังนั้นจึงควรกำหนดส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

9.1 การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่

การวางแผนเป็นเรื่องเกี่ยวกับการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคต และทำการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการในการวางแผนนั้น เราสามารถกำหนดแผนออกมาเป็น 3 ระยะ คือ การวางแผนงานระยะสั้น (Short -rang plans) การวางแผนงานระยะปานกลาง (Intermediate - rang Plans) และการวางแผนงานระยะยาว (Long-rang Plans)

ขั้นตอนของการวางแผนการส่งเสริมการตลาด (Step in Promotion Planning)

การวางแผนการส่งเสริมการตลาดจะต้องสอดคล้องกับแผนการตลาดทั้งหมดและมีขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) การพิจารณาโอกาสของการส่งเสริมการตลาด
- 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด
- 3) การกำหนดกลุ่มผู้รับเป้าหมาย
- 4) การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด
- 5) การกำหนดส่วนผสมของการตลาด
- 6) การประสานงานและควบคุมการส่งเสริมการตลาด
- 7) การวัดและการประเมินผลการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) กลยุทธ์การตลาดจะบอกรายละเอียดว่า วัตถุประสงค์ทางการตลาดแต่ละอย่างนั้น เราจะใช้วิธีการอย่างไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ในขณะที่วัตถุประสงค์ทางการตลาดที่เรากำหนดนั้นต้องมีความเฉพาะกำหนดขอบเขตต่างๆ ชัดเจน และเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของบริโคนั้น กลยุทธ์การตลาดกลับมีความหมายกว้างกว่าและจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของแผนตลาด กำหนดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้า (Product Positioning) กลยุทธ์การตลาดและยังจะใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการพัฒนาโปรแกรมด้วยส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) อีกด้วย

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้านดังนี้

- 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)
- 2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies)
- 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategies)
- 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies)

กล่าวโดยสรุป เมื่อถึงขั้นตอนนี้เราจะต้อง ทบทวนปัญหาและโอกาสทางการตลาด ทบทวนวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า 8P's ซึ่งต้องมีแนวทางการสื่อสารการตลาด (IMC) โดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสมัยใหม่ซึ่งแบ่งส่วนขยายเพิ่มเติมจากเดิมอีก หลายส่วน ทั้งงานศึกษาทั้งภายในและภายนอกประเทศเชื่อมโยงสู่การทำธุรกิจสมัยใหม่ซึ่งเน้นการสร้างผลกำไรสูงสุดบนความพอใจของผู้บริโภคซึ่งเป็นการทำ ธุรกิจระยะยาว (Long-Term Business) พร้อมกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคสมัยใหม่ซึ่งเปลี่ยนไปอย่างมากโดยเฉพาะการแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation) ซึ่งไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาดแบบ เดิมๆ ได้แล้ว ซึ่งการเอกสารการศึกษาในส่วนแรกเป็นแนวทางทำธุรกิจและก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่วนที่เอกสารอื่นๆ จะช่วยในการวางแผนการตลาด ในธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการศึกษาใน ครั้งนี้

แนวคิดทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ 8P's

ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์นั้นจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) สายผลิตภัณฑ์ (Product Lines)

สิ่งที่จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.1 แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

1.2 เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค Product ได้ต้องมีความชัดเจนในตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ

1.3 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) จะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ ขนาด ความดี ความงาม ความคงทนทาน ด้านรูปร่าง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตัวของมันเอง

1.4 ลักษณะเด่นของสินค้า (Product Feature) การนำสินค้าของบริษัทไปเปรียบเทียบกับสินค้าของคู่แข่งแล้วมีคุณสมบัติ แตกต่างกัน และจะต้องรู้ว่าสินค้าเรามีอะไรเด่นกว่า เช่น ลักษณะเด่นของ Dior คือผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากปารีส

1.5 ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) พิจารณาว่าสินค้านี้มีลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง และสินค้าได้ให้ประโยชน์อะไรกับลูกค้าบ้าง ระหว่างการให้สัญญากับลูกค้า กับการพิสูจน์ด้วยลักษณะเด่นของสินค้า

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

เป็นการกำหนดว่าเราตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูงหรือราคาต่ำ สิ่งที่ต้องตระหนักคือราคาที่ได้กำหนดไว้นั้นเหมาะสมในการแข่งขัน หรือสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้นหรือไม่ กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคามีประเด็นสำคัญดังนี้

2.1. ตั้งราคาตามตลาด (On going price) หรือตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price)

(1) ตั้งราคาตามตลาด (On going price) เหมาะสำหรับสินค้าที่มีสร้างความแตกต่างได้ยากจึงไม่สามารถจะตั้งราคาให้แตกต่างจากตลาดคู่แข่งได้ นั่นคือการตั้งราคาตามคู่แข่ง

(2) ตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) เป็นการตั้งราคาตามความพอใจโดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตราสินค้า สินค้าที่มีเอกลักษณ์ส่วนตัว มีภาพพจน์ที่ดี จะตั้งราคาเท่าไรก็ไม่มีใครเปรียบเทียบ

2.2. สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (Premium price) เมื่อแน่ใจในคุณภาพที่เหนือกว่าและการยอมรับในราคาของลูกค้าหรือราคามาตรฐาน (Standard) เมื่อใช้การตั้งราคาโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่ง หรือตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน (Fighting brand) เป็นสินค้าด้วยคุณภาพกว่าคู่แข่งเล็กน้อยจะลดตลาดล่าง

2.3. การตั้งราคาเท่ากันหมด (One pricing) คือสินค้าหลายอย่างที่มีราคาติดอยู่บนกล่อง หมายถึง ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด ฤดูหนาวหรือฤดูร้อนราคาก็เท่ากันหมด หรือราคาแตกต่างกัน (Discriminate price) ข้อดี คือสามารถเรียกราคาได้หลายราคา แต่ข้อเสียก็คือ เราต้องหาเหตุผลในการตั้งราคาหลายอย่าง เพื่อให้คนยอมรับได้

2.4. การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line extension) ในกรณีนี้การนำเสนอสินค้าเริ่มต้นด้วยราคาหนึ่ง แล้วมีกลยุทธ์เผยแพร่ความนิยมไปยังตลาดบน หรือตลาดล่าง

2.5. การขยับซื้อสูงขึ้น (Trading up) เป็นการปรับราคาสูงขึ้นทำให้ได้กำไรมากขึ้น จึงพยายามขายให้ได้ปริมาณมากขึ้นหรือการขยับซื้อต่ำลง (Trading down) เป็นการผลิตสินค้าที่มีราคาแพงให้มีคุณภาพกว่าสินค้านั้นราคาถูกเล็กน้อยแต่ ตั้งราคาสูงกว่าเพื่อให้คนซื้อสินค้าที่รองลงมา

2.6. การใช้กลยุทธ์ด้านขนาด (Size) คือไม่ทำขนาดเท่ากับผู้ผลิตรายอื่นๆ

3. กลยุทธ์ของทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

วิธีการจัดจำหน่าย จะต้องพิจารณาถึง

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) เป็นเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตหรือขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งอาจจะผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านคนกลางก็ได้

3.2 ประเภทของร้านค้า (Outlets) ในทุกวันนี้จะพบได้ว่าวิวัฒนาการของการจัดจำหน่ายนั้นเป็นสิ่งที่เจริญเติบโตมาก ประเภทของร้านค้ามีมากมาย จนแทบจะตามไม่ทันจะขอเรียงลำดับประเภทของร้านจากใหญ่ไปเล็ก

- (1) ร้านค้าส่ง (Wholesale store) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าได้ปริมาณมาก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคณกลาง
- (2) ร้านค้าขายของถูก (Discount store)
- (3) ร้านห้างสรรพสินค้า (Department store)
- (4) ซูเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่เดี่ยวๆ (Stand alone supermarket) เป็นร้านค้าที่มีทำเลเดี่ยวไม่ติดกับร้านใดๆ
- (5) ซุปเปอร์ชุมชน (Community mall) เป็นร้านค้าที่อยู่ในย่านชุมชน
- (6) Minimart จะเห็นได้จากร้านค้าเล็กๆ ตั้งร้านอยู่ตามตึกอาคารสูงๆ ในโรงพยาบาล ซึ่งตั้งฮั่วเส็งเริ่มบุกเบิก Minimart พอสมควร
- (7) ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคหรือสินค้าสะดวกซื้อ บางร้านจะเปิดบริการ 24 ชั่วโมง
- (8) ร้านค้าในปั้มน้ำมัน
- (9) ชุมขายของ (Kiosk) เป็นร้านที่จัดเป็นชุมขายของ บางครั้งจัดเป็นบูท
- (10) เครื่องขายอัตโนมัติ (Vending machine) เครื่องขายอัตโนมัติเป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจักรอัตโนมัติ
- (11) การขายทางไปรษณีย์ (Mail order) เป็นการขายสินค้าซึ่งใช้จดหมายส่งไปยังลูกค้า มีการลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ถ้าพอใจก็ส่งข้อความซื้อทางไปรษณีย์
- (12) ขายโดยแคตตาล็อก (Catalog sale)
- (13) ขายทางโทรทัศน์ (T.V. Sales)
- (14) ขายตรง (Direct sales) การขายโดยใช้พนักงานขายออกเสนอขายตามบ้าน
- (15) ร้านค้าสวัสดิการ เป็นร้านค้าที่ตั้งขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกกับพนักงานตามหน่วยงานราชการต่างๆ ของบริษัทหรือสำนักงานต่างๆ
- (16) ร้านสหกรณ์ เป็นร้านที่ตั้งอยู่ตามมหาวิทยาลัย และ โรงเรียนต่างๆ

3.3. จำนวนคนกลางในช่องทาง (Number of intermediaries) หรือจำนวนความหนาแน่นของคนกลาง ในช่องทางจัดจำหน่าย (intensity of distribution) ใช้ในการพิจารณาเลือกช่องทางจัดจำหน่ายจะมีกระบวนการ 3 ขั้นตอน

- (1) การพิจารณากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร

(2) พฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ซื้อเงินสดหรือเครดิตต้องจัดส่งหรือไม่ ซื้อบ่อยเพียงใด

(3) การพิจารณาที่ตั้งของลูกค้านำตามสภาพภูมิศาสตร์

3.4) การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และตัวสินค้าจากแหล่งปัจจัยการผลิตผ่านโรงงานของผู้ผลิต แล้วกระจายไปยังผู้บริโภค

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดจะต้อง ประสานกับแผนการตลาดโดยรวมและควรกำหนดแผนการส่งเสริมการตลาดที่เฉพาะเจาะจง

5. กลยุทธ์ การบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)

การตัดสินใจเลือกรูปแบบการบรรจุภัณฑ์และประเภทวัสดุของบรรจุภัณฑ์มักจะใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภคที่พัฒนาใหม่ หรือเมื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ มีหลักในการพิจารณาดังนี้

- (1) บรรจุภัณฑ์นั้นเหมาะสมที่จะบรรจุสินค้า (Put in) หรือไม่
- (2) สินค้าเมื่อวางบนชั้นแล้วได้เปรียบ (เด่น) (Put up) หรือไม่
- (3) สินค้าเมื่อนำเอามาใช้แล้วเก็บสะดวก (Put away) หรือไม่
- (4) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (Prettiness) หรือไม่
- (5) สามารถเชิญชวนให้ใช้ (Pleading) ได้หรือไม่
- (6) บรรจุภัณฑ์สามารถสะท้อนตำแหน่งครองใจของสินค้า (Positioning) ได้หรือไม่
- (7) บรรจุภัณฑ์สามารถสะท้อนบุคลิกภาพของสินค้า (Personality) ได้หรือไม่
- (8) บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้า (Protection) ได้หรือไม่
- (9) บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการใช้งาน (Practicality) หรือไม่
- (10) บรรจุภัณฑ์ที่เลือกนั้นสามารถทำกำไรได้มากขึ้น (Profitability) ได้หรือไม่
- (11) บรรจุภัณฑ์นั้นสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้หรือไม่
- (12) เป็นการบอกถึงวิธีการใช้สินค้า (Preaching) ได้หรือไม่
- (13) สามารถดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Preservation) ได้หรือไม่

ถ้านำสิ่งเหล่านี้มาพิจารณาทั้งหมดจะเห็นไม่ว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของบริษัทจะเป็นโลโก้ ตัวหนังสือ ตัวอักษร การเลือกเป็นกระดาษ เป็น โฟม เป็น ฝาจุก หรือเครื่องหมาย สี สันต่างๆ บริษัทก็จะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ดี

6. กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย (Personal Strategy)

การขายโดยใช้พนักงานขายจัดเป็นรูปแบบการปฏิบัติ ตัวต่อตัวระหว่างกิจการกับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังคำสั่งซื้อด้วยรูปแบบการขายที่แตกต่างกัน การขายโดยพนักงานขายนั้นเกี่ยวข้องกับงานจ้างพนักงานขาย การจัดการต่างๆ ไปเกี่ยวกับพนักงานขาย ตลอดจนการบริหารสินค้าคงคลัง การเตรียมการเสนอขายและการบริการหลังการขาย ในการพัฒนาแผนการขายนั้น กิจการจะเริ่มตั้งแต่การตั้งวัตถุประสงค์และปฏิบัติการ ซึ่งต้องมีความชัดเจนและสอดคล้องกับประเภทของธุรกิจ โดยอาจเป็นธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจการผลิต จากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์การขายและการดำเนินงาน การขายโดยใช้พนักงานขายนั้นหวังผลลัพธ์เพื่อ เพิ่มยอดขายและขณะเดียวกันก็ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับลูกค้าอีกด้วย

นอกจากนี้การขายโดยใช้ พนักงานขายนั้น ยังมีการใช้โบว์ชัวร์ เอกสาร ใบปลิว วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อช่วยในการนำเสนอขายของพนักงาน ตลอดจนเป็นหลักฐานอ้างอิงและสามารถมอบไว้ให้ลูกค้าเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม

7. กลยุทธ์ การให้ข่าวสาร (Public Relation Strategy)

การให้ข่าวสารนั้น คือ รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ ทั้งนี้เพื่อสร้างทัศนคติที่เป็นบวกต่อสินค้าและกิจการของเรา แต่ปัจจุบันการสื่อสารโดยวิธีดังกล่าวอาจมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายทางอ้อมเกี่ยวกับสื่ออีกด้วย การให้ข่าวสารแก่สาธารณะชนนั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวสารจัดว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในระยะยาวแก่องค์กร และต้องการให้ผลลัพธ์นี้ออกมาในเชิงบวกแก่องค์กร สิ่งที่เราต้องพิจารณาอย่างยิ่งในการให้ข่าวสารคือ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้รับข่าวสารและสื่อโฆษณาที่จะใช้เพื่อการสื่อสาร

8. กลยุทธ์การใช้พลัง (Power Strategy)

พลังในที่นี้หมายถึงอำนาจในการต่อรองและควบคุม ซึ่งดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่ยากที่สุดใน การเนรมิตให้เกิดขึ้น แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นและจะขาดเสียไม่ได้ในองค์ประกอบตัวพีส่วนสุดท้ายนี้ เพราะอำนาจต่อรองจะสามารถเป็นพลังพิเศษเปรียบเสมือนมือที่มองไม่เห็น ที่จะนำมาใช้ต่อรอง แลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางการค้าให้บริษัท ได้รับข้อเสนอที่ดีที่สุดในกรณีที่ไม่สามารถตกลงกันตามกรอบได้อย่างลงตัว

กลยุทธ์ 8P ตามที่ได้กล่าวมานี้เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่นักธุรกิจส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการทำการตลาดให้กับบริษัทของตนเองกันทุกคน โดยมีข้อแตกต่างกันตรงที่บาง

บริษัทกับประสบความสำเร็จแต่บางบริษัทกับล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะบริษัทที่ล้มเหลวไม่อาจจะสร้างองค์ประกอบทางกลยุทธ์ตัวพีขึ้นมาได้ครบทุกตามวงจร ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจจะใช้กลยุทธ์นี้ทำการตลาดให้ได้อย่างเห็นผลประจักษ์จะต้องเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของแต่ละกลยุทธ์เพื่อสร้างสรรค์ตัว P ทั้งแปดให้เกิดขึ้นมาได้

จากการศึกษาทฤษฎีการวางแผนการตลาดสมัยใหม่สรุปได้ว่าเป็นการวางแผนการตลาดล่วงหน้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคตโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวกำหนดทิศทางของแผนตลาด และเป็นการกำหนดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่เป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือเรียกว่า 8 Ps ประกอบด้วยส่วนผสมทางการตลาดดังนี้

- 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)
- 2) กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)
- 3) กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy)
- 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)
- 5) กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)
- 6) กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย (Personal Strategy)
- 7) กลยุทธ์การให้ข่าว (Public Relation Strategy)
- 8) กลยุทธ์พลัง (Power Strategy)

กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่เป็นการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคสมัยใหม่ เน้นการสร้างผลกำไรบนความพอใจของผู้บริโภค

10. ทฤษฎีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หมายความว่า การร่วมกันดำเนินกระบวนการวิจัย โดยผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทั้งที่เป็นชาวบ้านและนักพัฒนา กับผู้วิจัยภายนอก เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสภาพความจริงของสังคมนั้น และเพื่อให้เห็นภาพแห่งคุณลักษณะสำคัญของการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เด่นชัด

หลักการสำคัญของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

โดยหลักการนั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบของการวิจัยที่ประกอบไปด้วยกระบวนการค้นคว้าทางสังคม (Social Investigation) การให้การศึกษา (Education) และการกระทำหรือการปฏิบัติการ (Action) เพื่อที่จะให้กลุ่มผู้ถูกกดขี่หรือด้วยโอกาสในสังคมได้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้และทำความเข้าใจกับสภาพการณ์ที่ปรากฏอยู่ รวมทั้ง

เปิดพื้นที่ให้เรียนรู้และแก้ไขปัญหาพร้อมกันระหว่างหลายฝ่าย อันเป็นการสร้างความรู้ให้กับสังคม ได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะได้อีกกล่าวถึงต่อไปในรายละเอียด พันธุ์ทิพย์ งามสุด (2540) อธิบายไว้ว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีหลักการสำคัญที่ให้ความเคารพต่อภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนระบบการสร้างความรู้ ซึ่งแตกต่างไปจากของนักวิชาการ โดยประกอบด้วย

- 1) ปรับปรุงความสามารถและพัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ด้วยการส่งเสริมยกระดับนักศึกษาและพัฒนาความเชื่อมั่นให้เกิดการวิเคราะห์/สังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของตนเอง ซึ่งเป็นการนำเอาศักยภาพเหล่านี้มาใช้ประโยชน์
- 2) ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้าน ตลอดจนมีการนำไปใช้อย่างเหมาะสม
- 3) สนใจปริทัศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะช่วยเปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับประเด็นปัญหา
- 4) การปลดปล่อยแนวความคิดเพื่อให้ชาวบ้านและคนยากจนด้อยโอกาสสามารถมองความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเสรี มองสภาพการณ์และปัญหาของตนเองวิเคราะห์วิจารณ์ ตรวจสอบสภาพข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ส่วนเป้าหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นั้น อรุณรุ่ง บุญชนันตพงศ์ ได้อีกกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

- 1) ชาวบ้าน ชุมชน ผู้ด้อยโอกาสจะตื่นตัว ได้รับการศึกษาเพิ่มมากขึ้น สามารถคิดวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง มีความเชื่อมั่นในทางที่จะให้ความร่วมมือกันหรือมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เพื่อก่อประโยชน์สูงสุดแก่ตนเองและชุมชน
- 2) ประชาชนได้รับการแก้ไขปัญหา ผู้ด้อยโอกาสมีโอกาสมากขึ้น การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ มีการกระจายอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งมีข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีต่อคนในชุมชน
- 3) มีวิจัยและพัฒนาได้เรียนรู้จากชุมชน ได้ประสบการณ์การทำงานร่วมกับชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี และเกิดแนวคิดในการพัฒนาตนเองของนักวิจัยและพัฒนาอย่างแท้จริง
- 4) ผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที เนื่องจากได้ลงมือทำกิจกรรมโดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เกิดการผนึกกำลังร่วมกัน โดยที่ประชาชนเป็นผู้ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ตลอดจนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของผลงานที่โครงการที่ดำเนินการอยู่

ระเบียบวิธีของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

กิจกรรมของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทัศนะของมีแตกต่างกันอยู่สองชุด ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1) กิจกรรมการวิจัยปฏิบัติการ หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประสานงาน หรือผู้อำนวยการวิจัย โดยเป็นกิจกรรมการแสวงหาความรู้ของนักวิจัยตามโครงการ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชุมชนพื้นที่เป้าหมายของผู้วิจัยแต่ละคน โดยจุดมุ่งหมายที่สำคัญของนักวิจัยคือการสร้างรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ และสามารถที่จะเผยแพร่แก่สังคมได้ โดยรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิผลนั้น จะต้องเป็นรูปแบบที่สามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ้นเปลืองเงินทองและก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายไม่มากนัก แต่ในเวลาเดียวกันก็ได้ผลตอบแทนจากการวิจัยค่อนข้างสูง

2) กิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน หรือเรียกว่า กิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เกิดจากความพยายามในการแก้ไขปัญหาชุมชนของนักวิจัยที่ปฏิบัติการร่วมกับชุมชน โดยนักวิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน หรือเป็นผู้อำนวยความสะดวก ซึ่งมีบทบาทหลักในการเป็นผู้ช่วยเหลือ ในกระบวนการวิจัยตั้งแต่แรกเริ่มและค่อย ๆ ลดการช่วยเหลือลงและหวังว่าเมื่อดำเนินการวิจัยไปจนถึงสิ้นสุดโครงการแล้วประชาชนจะมีความรู้จากการเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างพลังที่พอเพียง กระทั่งสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้โดยลำพังอย่างมีประสิทธิภาพ มิต้องรอรับการช่วยเหลือจากภายนอกอีก

กระบวนการวิจัยก็ต้องดำเนินไปโดยความร่วมมือกับทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบสิ้นกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1) **ขั้นการศึกษาบริบท** ในขั้นนี้ นักวิจัยจะทำการกำหนดพื้นที่หรืออาณาบริเวณที่จะทำการศึกษาวิจัยเพื่อทำประชาคม โดยมีนักพัฒนาประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ชาวบ้านเข้าร่วม และชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย

2) **ขั้นกำหนดปัญหา** ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยสรุปคำถามหรือปัญหา รวมทั้งอธิบายเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการแก้ไขปัญหาให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เห็นภาพและเกิดความเข้าใจตรงกัน ส่วนนักพัฒนาทำความเข้าใจประเด็นปัญหาละมองถึงผลของการวิจัยได้อย่างชัดเจน และครอบคลุมส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ และชาวบ้านได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้ข้อมูล และแสดงความคิดเห็น ความต้องการ ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้วการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับสภาพจริงที่เกิดขึ้น หรือสอดคล้องกับความต้องการพัฒนาที่ประสงค์ได้นั้น ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นการที่นักวิจัยจะต้อง

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการสร้างความตระหนักในบทบาทและความสำคัญของการมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย ขั้นการกำหนดปัญหาพร้อมกับชาวบ้านในชุมชน จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการให้เกิดผลอย่างแท้จริง ก่อนจะเริ่มดำเนินงานในขั้นตอนอื่น

3) **ขั้นการวางแผนปฏิบัติงานวิจัย** ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานวิจัยให้ชัดเจน รวมทั้งระบุด้วยว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำวิจัยแต่ละฝ่ายจะมีส่วนร่วมอะไรและอย่างไร เมื่อใดบ้าง พร้อมทั้งแผนการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนวิธีการวิจัย ส่วนนักพัฒนาจะเข้าร่วมปฏิบัติการวิจัยโดยติดตามผลการดำเนินงานวิจัยทุกขั้นตอน และคอยตรวจสอบผลของการดำเนินงานว่ามีสิ่งใดที่ผิดพลาด หรือไม่เป็นไปตามแผนหรือเป้าหมาย หรือมีสิ่งใดที่เกิดแทรกซ้อนขึ้นมาหรือไม่ โดยชาวบ้านนั้น จะเข้ามีส่วนร่วมลงมือในการปฏิบัติงานวิจัยตามแผน และตรวจสอบผลว่าพึงพอใจหรือไม่

4) **ขั้นการติดตามตรวจสอบและปรับปรุง** รวมทั้งการแก้ไขระหว่างกระบวนการปฏิบัติงานวิจัย ในขั้นนี้ นักวิจัยที่ส่วนร่วมโดยการพิจารณาหาทางปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยอาศัยข้อมูลจากทุกฝ่าย แล้วนำมาทำการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย โดยนักพัฒนาจะเข้ามีส่วนร่วมด้วยการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานวิจัยและประเมินว่าผลที่เกิดขึ้นเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ เป็นต้น และประชาชนหรือชาวบ้านจะเข้าร่วมด้วยการรับรู้ถึงการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานตามที่นักวิจัยกำหนด รวมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ที่แสดงถึงความพึงพอใจและความสำเร็จของการดำเนินการวิจัย

5) **ขั้นการสรุปผลการวิจัย** ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะทำการสรุปผลการวิจัย และเรียบเรียงเป็นรายงานการวิจัยออกเผยแพร่ นักพัฒนามีส่วนร่วมด้วยการรับทราบและตรวจสอบประเมินผลการวิจัยว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง โดยชาวบ้านเข้ามีส่วนร่วมด้วยการให้ข้อมูลย้อนกลับผลของการวิจัยว่าพึงพอใจและได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ และแสดงความคิดเห็นอื่นประกอบข้อมูลด้วยว่าเพราะเหตุใด

สรุปจากกล่าวข้างต้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การร่วมกันดำเนินกระบวนการวิจัยโดยผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทั้งที่เป็นชาวบ้านและนักพัฒนา กับผู้วิจัยภายนอก เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสภาพความจริงของสังคมนั้น และเพื่อให้เห็นภาพแห่งคุณลักษณะสำคัญของการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เด่นชัด การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม มีปรัชญาเพื่อมุ่งช่วยเหลือกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม เชื่อในความสามารถของมนุษย์ที่จะเรียนรู้ในสิ่งที่สามารถเป็นประโยชน์สูงสุด หาวิธีแก้ปัญหาของตนเองเมื่อถึงคราวที่ตนจะต้องตัดสินใจว่าจะทำอย่างไร เป็นกระบวนการทางสังคมที่จะนำไปสู่การพัฒนาปัจเจกชนเน้นการมีส่วนร่วม

ของทุกคน เน้นการปฏิบัติที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ของคนในอดีต องค์กร ศึกษาวิธีปฏิบัติให้ดีขึ้นปลูกจิตสำนึกให้คนคลี่คลายเอาชนะปัญหาเน้นการวิพากษ์ สะท้อนตัวเองเป็นวงจรการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงใช้แนวทางผสมผสาน เน้นเทคนิคการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และปฏิบัติร่วมกัน

11. ทฤษฎีการจัดโครงสร้างองค์กร

ความหมายและความสำคัญของการจัดโครงสร้างองค์กร

องค์กร หมายถึง รูปแบบของโครงสร้างที่จัดตั้งตามหลักและวิธีการ ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมใดๆ ตามที่ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันไว้ (การจัดโครงสร้างองค์กร, 2553)

การจัดโครงสร้างองค์กร หมายถึง การจัดระเบียบกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน เพื่อให้สอดคล้องและเป็นระบบเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คนที่เชี่ยวชาญแต่ละฝ่าย มีการประสานให้ความร่วมมือ กระบวนการในการพัฒนาและการปฏิบัติตามโครงสร้าง องค์กรที่เหมาะสม เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับชุดของการตัดสินใจ ซึ่งดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง การจัดโครงสร้างเกี่ยวข้องกับ 4 ประเด็น

1. หน่วยงาน (Unit) ในองค์กรควรมีรูปลักษณะอย่างไร
2. ควรจะรวมหน่วยงาน (units) ไตเข้าด้วยกัน หรือควรจะแยกหน่วยงานใด
3. หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรควรมีขนาด size และรูปร่าง shape อย่างไร
4. จะมีเกณฑ์ในการวางตำแหน่งและกำหนดความสัมพันธ์

ความสำคัญของการจัดโครงสร้างองค์กร

คือการมีองค์กรที่ผ่านการจัดระบบระเบียบ และโครงสร้างองค์กรไว้เป็นอย่างดี มีความสำคัญต่อการบริหารงานเป็นอย่างมาก ทำให้รู้ว่าใครจะทำอะไรที่ไหน รายงานหรือขึ้นตรงต่อผู้ใด

ความสำคัญของการจัดโครงสร้างองค์กร

1. เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวมในการดำเนินกิจกรรม
2. เพื่อความชัดเจนในการจัดกำหนดขอบเขตของอำนาจหน้าที่ กฎ ระเบียบ
3. เพื่อความเป็นเอกภาพในการบังคับบัญชาและสั่งการในการทำงาน
4. เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนขนาดหรือรูปแบบขององค์กรให้เหมาะสม

แนวคิดเชิงทฤษฎีต่อการจัดโครงสร้างองค์การ

1. การจัดโครงสร้างองค์การตามทฤษฎีแบบคลาสสิก (หลักการบริหารที่มีเหตุผลและมุมมองเชิงระบบ) เจ้าของทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy Theory) การจัดโครงสร้างองค์การตามทฤษฎีระบบราชการ ประกอบด้วย 6 ส่วนสำคัญคือ

1. การแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน
2. หลักการบังคับบัญชา
3. กฎระเบียบที่กำหนดไว้อย่างเป็นทางการ
4. มีบุคลากรฝ่ายบริหาร
5. ความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร
6. ระบบการพิจารณาความดี ความชอบ

ข้อเสีย

1. ยึดระเบียบกฎเกณฑ์มากจนเกินไป
2. การเข้มงวดในเรื่องการบังคับบัญชา
3. สมาชิกขององค์การอาจไม่กล้ายอมรับหน้าที่ในส่วนของตนเอง
4. องค์การไม่เป็นทางการ

2. การจัดโครงสร้างตามทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ (The Behavioral Approach) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับมนุษย์เป็นด้านหลัก

1. ทฤษฎีเชิงระบบของลิเคิ์ท (องค์การแบ่งออกเป็น 8 มิติ)

- ภาวะผู้นำ leadership
- การจูงใจ Motivation
- การสื่อสาร Communication
- ปฏิสัมพันธ์ Interaction
- การกำหนดเป้าหมาย Goal setting
- การวินิจฉัยสั่งการ Decision making
- การควบคุม Control
- ผลการดำเนินการตามเป้าหมาย Performance goals

เป็นองค์การแบบดั้งเดิมที่เน้นหนักความสำคัญไปที่อำนาจหน้าที่อย่างเป็นทางการและสายการบังคับบัญชาตามลำดับ

เป็นปลายสุดอีกด้านหนึ่งของการจัดการที่เน้นการสร้างความร่วมมือร่วมใจระหว่างพนักงานและฝ่ายบริหาร

เน้นอำนาจหน้าที่ฝ่ายบริหารกับองค์กรที่เน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างพนักงานกับฝ่ายบริหาร

2. ทฤษฎีระบบสังคมเทคโนโลยี ของ Trist & Bamforth

3. ทฤษฎีระบบจัดองค์การตามสถานการณ์ แบ่ง 2 แบบ

- 1) ไม่มีแนวทางใดแนวทางหนึ่งที่สุดสำหรับการจัดโครงสร้างองค์กร
- 2) แนวทางเลือกในการจัดโครงสร้างองค์กร อาจจะมีประสิทธิภาพที่ไม่เท่ากัน

4. แนวคิดการจัดองค์การตามสถานการณ์ตามแบบของ เฮนรี มินท์เบิร์ก

- ลักษณะโครงสร้างพื้นฐาน - ธรรมดาแบบรวมอำนาจ (centratized)
- ระบบราชการแบบจักรกล - การรวบรวมอำนาจ ความชำนาญ – ตามแนวคิดตามหน้าที่
- ระบบราชการแบบวิชาชีพ - แบบกระจายอำนาจ (แนวตั้งหรือแบบผสม)
- รูปแบบการจัดแผนก - กระจายอำนาจตามแผนกหรือตามธุรกิจ
- รูปแบบ Adhocrocy - แบบเมทริกซ์ Matrix Organization

กลยุทธ์องค์การ

กลยุทธ์ หมายถึง แผนของผู้บริหารในระดับต่างๆ ในการที่จะวางกลยุทธ์เพื่อคาดการณ์สิ่งต่างๆ ล่วงหน้ากลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญของการจัดโครงสร้างเพราะขณะที่องค์การเริ่มเติบโตขึ้น นั้นหมายถึง การเพิ่มขึ้นของเป้าหมาย จึงกลยุทธ์ที่มีความหลากหลาย

สภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อม หมายถึง ความไม่แน่นอนแห่งสภาพแวดล้อม (Environmental uncertainty)การพึ่งพาทรัพยากร (Resource dependence) ความหลากหลายของสภาพแวดล้อม (Environmental munificence)

สภาพแวดล้อมที่ค่อนข้างคงที่ (Static environment) มีโครงสร้างแบบ Mechanistic Structure) หรือโครงสร้างที่ไม่ค่อยยืดหยุ่น – ใช้กับสถานการณ์ที่ค่อนข้างคงที่ เปลี่ยนแปลงน้อย

สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง (Dynamic) จะมีโครงสร้างแบบ Organic structure หรือโครงสร้างที่ค่อนข้างยืดหยุ่น

ตารางที่ 1 แสดงสภาพแวดล้อมโครงสร้าง

Mecharistic Structure โครงสร้างแบบคงที่	Organic Structure โครงสร้างแบบยืดหยุ่น
- แบ่งงานออกเป็นส่วนย่อยตามความชำนาญและไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง ยกเว้นมีคำสั่งเปลี่ยนแปลงจากฝ่ายบริหาร	- กำหนดงานตามกิจกรรมที่จะทำเพื่อบรรลุเป้าหมายอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม
- บทบาทของสมาชิกขององค์กร ถูกกำหนดขึ้นอย่างชัดเจนตามสิทธิ เงินใจ และวิธีการทางเทคนิค	- สมาชิกขององค์กรมีบทบาท หน้าที่แบบหลวมๆ เพื่อความยืดหยุ่นในการทำงาน
- การไหลเวียนของข่าวสารเป็นไปในแนวดิ่ง	- อำนาจ การควบคุม และการสื่อสารขึ้นอยู่กับความเหมาะสม
- ผู้บริหารเป็นผู้กำกับ และตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของพนักงานฝ่ายปฏิบัติ	- ผู้บริหารพร้อมให้คำแนะนำ, ช่วยเหลือ และให้ข้อมูล ข่าวสารแก่พนักงาน

เทคโนโลยี

เทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญวัสดุ อุปกรณ์ดำเนินงาน Input output

ประเภทของเทคโนโลยีการผลิต แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

1. Unit and small –batch technology - อาศัยผู้เชี่ยวชาญเป็นเครื่องพาไป
 - ระดับเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น ตัดเสื้อผ้าตามสั่ง
2. Mass – production and large –batch technology – ไม่ต้องใช้การคุมมากนัก
 - ที่มีกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง ชับซ้อนมากกว่าแบบแรกๆ

อิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างองค์กรจะมีระดับที่แตกต่างกันในองค์กรขนาดใหญ่เทคโนโลยีจะมีอิทธิพลต่อพนักงานระดับล่างเท่านั้นในองค์กรขนาดเล็กจะมีอิทธิพลกับทุกคนในองค์กร

ขนาดของวงจรชีวิตขององค์กร

ขนาดขององค์กร

- เล็ก จะไม่ค่อยมีระบบ และความเชี่ยวชาญค่อนข้างกว้าง
- ใหญ่ จะค่อนข้างต้องเป็นระบบ

วงจรชีวิตขององค์กร (Organization life cycle) 4 ขั้นตอน

- ระยะแรก - ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ องค์กรขนาดเล็ก กฎระเบียบน้อย ผู้เชี่ยวชาญไม่มากรวมศูนย์ตัดสินใจ
- ระยะที่สอง - ขยายกำลังคน ผู้เชี่ยวชาญมากขึ้น มีกฎระเบียบเป็นทางการมากขึ้น ร่วมกันตัดสินใจ
- ระยะที่สาม - ช่วงกลาง มีการเติบโตเต็มที่ ผจก. แบ่งอำนาจหน้าที่กันอย่างชัดเจนไปตามความชำนาญ เฉพาะด้าน มีการกระจายอำนาจ
- ระยะสุดท้าย - เป็นช่วงที่องค์กรเติบโตเต็มที่และเริ่มเติบโตช้าลง

รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรมี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. แนวตั้ง
2. แนวนอน
3. แยกธุรกิจและแบบอิสระ

1. แนวตั้ง

1. สายการบังคับบัญชา : หน่วยงาน – หัวหน้า – ผู้จัดการ – ผู้บริหารสูง
2. การมอบหมายอำนาจหน้าที่ : ทุกตำแหน่งต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อำนาจตัดสินใจ
3. การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ : สูงกระจายการตัดสินใจให้ระดับล่าง
4. ช่วงการจัดงาน : การทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้จัดการกับผู้บังคับบัญชา
5. ตำแหน่งหน่วยงานหลักและหน่วยงานที่ปรึกษา : ตำแหน่งเท่ากันทั้งหลักและที่ปรึกษา

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขนาดขององค์กร

1. ความซับซ้อนของงาน
2. งานที่เป็นมาตรฐาน

3. การทำงานในสถานที่เดียวกัน
4. ระดับความชำนาญ
5. กิจกรรมที่ไม่ต้องอาศัยคำแนะนำ

การสนับสนุนการจัดการ

องค์การตามหน้าที่ (Functional Organization)

ข้อดี ขององค์การตามหน้าที่ ได้แก่ ความสามารถที่จะพัฒนาและเร่งรัดหรือค้นหาความโดดเด่นในเชิงความชำนาญเฉพาะด้านของแต่ละงานออกมาได้ บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ

ข้อจำกัด

1. อาจเกิดปัญหาและมีอุปสรรคในการประสานการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ เมื่อหน่วยงานใหญ่ขึ้น ขอบเขตความรับผิดชอบ ผู้บริหารระดับสูงอาจแคบลง ประสิทธิภาพลดลง
2. เป็นการสร้างความชำนาญเฉพาะด้าน แทนที่จะสร้างทักษะการบริหารจัดการภาพรวม ผู้บริหารระดับสูงขึ้นไปแทนที่จะรู้หลายๆ ด้าน
3. พนักงานตามสายงานในหน้าที่ต่างๆ สนใจเฉพาะงานของแผนกตน

โครงสร้างแบบแนวนอน

คือเป็นการประสานงานความร่วมมือ (ผู้จัดการจะต้องมีการจัดแผนกและประสานความร่วมมือในแนวนอน)

1. การจัดแผนก

- 1.1. การจัดแผนกโดยจำนวนพนักงาน จัดไปกับองค์กรระดับต่ำที่ไม่ต้องการความรู้ความชำนาญ
- 1.2. การจัดแผนกโดยเวลา รวมกลุ่มโดยใช้เกณฑ์เวลา
- 1.3. การจัดแผนกตามหน้าที่
- 1.4. การจัดแผนกโดยพื้นที่หรือภูมิศาสตร์
- 1.5. การจัดแผนกตามลูกค้า
- 1.6. การจัดแผนกตามอุปกรณ์หรือกระบวนการ
- 1.7. การจัดแผนกโดยผลิตภัณฑ์ : ดูแลไม่ทั่วถึงผลิตภัณฑ์

การจัดโครงสร้างองค์การตามแผนกสามารถจัดในองค์กรเล็กหรือใหญ่ก็ได้

ข้อดี

ก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละแผนก

ข้อจำกัด

ค่าใช้จ่ายและมีการใช้ทรัพยากรที่ซ้ำซ้อนกันในแต่ละแผนก บางแผนกอาจกระทบแผนกอื่น แต่ละแผนกก็จะเน้นเป้าหมายของตนเอง ความร่วมมือระหว่างแผนกจะลำบากมากกว่าความร่วมมือภายในแผนก

โครงสร้างแบบแยกธุรกิจและแบบผสม องค์การแบบอิสระ (Matrix Organization) ผู้นำเรียกว่า Matrix boss

ข้อดี

องค์การสามารถที่จะนำพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านมาช่วยทำงาน ทำให้ผลของงานออกมามีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัด

บางครั้งอาจจะทำให้พนักงานเกิดความสับสนว่าตนเองมีสายการบังคับบัญชา 2 สาย ทำให้การกำหนดความสำคัญของงานไม่ถูกต้องว่าจะทำอันไหนก่อน

การเพิ่มอำนาจและการลดขนาดองค์การ

แนวคิดการจัดองค์การแบบเนวราบ (Flat organization)

- เป็นจริงก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปรัชญาการบริหารงานจากรูปแบบเดิมไปสู่การทำงานเป็นทีม และการให้อำนาจตัดสินใจแก่ทีมงาน(ซึ่งต่างจากการลดขนาดองค์การ – เป็นการทำให้องค์การเล็กลงหรือมีระดับชั้นน้อยลง

- ถ้าปรัชญาเดิม สิ่งที่ได้จากการลดขนาดองค์การจะเป็นเพียงองค์การระบบราชการ Bureaucracy ที่มีขนาดย่อส่วนเล็กลงเท่านั้น

12. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดและการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้น แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจแล้ว แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วยไม่ว่าจะเป็นในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนทาง

ด้านนโยบาย ด้านงบประมาณและด้านบุคลากร จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตาม การที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการด้านการบริการ และการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ทำให้ การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วยจากแนวคิด ในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้น ได้กำหนดองค์ประกอบ พื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วย

สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

- 1) คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 คำนีชีวัต ได้แก่
 - 1.1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
 - 1.2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
 - 1.3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม

- 1.4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- 1.5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดได้
- 1.6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น
- 1.7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์
- 2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัดได้แก่
 - 2.1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
 - 2.3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วยสำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

- 1) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
- 2) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน

หรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นเกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

- 1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 1.1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่
 - 1.3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 2.1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว
 - 2.2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 2.3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก
 - 2.4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
 - 2.5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

สรุปจากที่กล่าวมามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มี องค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพเพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นด้วย

13. กฎบัตรที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์

ICOMOS THAI (2550) กฎบัตรอโคโมสว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรมร่างสุดท้ายด้วยความสนับสนุนและกำกับดูแลของคณะกรรมการวิชาการระหว่างประเทศ ของอโคโมสว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอ (ICIP) 10 เมษายน 2550

นับตั้งแต่อโคโมสได้ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2508 (ค.ศ. 1965) ในฐานะองค์กรวิชาชีพด้านมรดกวัฒนธรรมที่อุทิศตนในการศึกษาค้นคว้า จำทำเอกสาร และปกป้องคุ้มครองแหล่งมรดกวัฒนธรรม อโคโมส ได้พยายามที่จะเผยแพร่จรรยาบรรณในการอนุรักษ์ในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และส่งเสริมความประทับใจของสาธารณชนที่มีต่อมรดกของมนุษยชาติที่เป็นวัตถุในรูปแบบที่หลากหลายตามที่ เวนิชซาร์เตอร์ (ค.ศ. 1964) ได้กล่าวไว้ว่า “มีความจำเป็นที่หลักการอันเป็นแนวทางในการสงวนรักษาและบูรณะอาคาร โบราณควรจะได้รับยอมรับและวางแนวทางในระดับระหว่างประเทศ โดยแต่ละประเทศจะรับผิดชอบในการนำแผนนั้น

ไปใช้ในกรอบวัฒนธรรมและประเพณีของตน “กฎบัตรต่าง ๆ ของอโคโมสหลังจากนั้น ก็ได้ดำเนินตามภารกิจดังกล่าวในการสร้างแนวปฏิบัติทางวิชาชีพที่ตอบสนองต่อความท้าทายด้านต่างๆ ของการอนุรักษ์ รวมทั้งสนับสนุนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์มรดกในทุกภูมิภาคของโลก

กฎบัตรในการสมัยแรกๆ ของอโคโมสได้เน้นถึงความสำคัญในการสื่อสารสาธารณะ ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการอนุรักษ์ในภาพกว้าง (โดยเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “dissemination การเผยแพร่” “popularization-การทำให้เป็นที่รู้จัก” “presentation-การนำเสนอ” “interpretation-การตีความหมาย”) กฎบัตรเหล่านั้นมีนัยในการยอมรับว่า กิจกรรมการอนุรักษ์มรดกทุกกิจกรรม-ภายในแบบแผนทางวัฒนธรรมต่างๆ ของโลก-มีธรรมชาติพื้นฐานเป็นกิจกรรมการสื่อสารจากหลักฐานวัตถุของชุมชนและอารยธรรมในอดีตที่ดำรงอยู่อย่างมากมายหลากหลาย การเลือกรว่าเรา จะสงวนรักษาสิ่งใด สงวนรักษาอย่างไร และจะนำเสนอสิ่งนั้นๆ ต่อสาธารณชนอย่างไร เหล่านี้เป็นองค์ประกอบของการตีความหมายของแหล่ง องค์ประกอบดังกล่าวเป็นตัวแทนของทัศนคติของทุกๆ คนว่าสิ่งใดมีความหมาย สิ่งใดมีความสำคัญ และเหตุใดหลักฐานวัตถุจากอดีตจึงควรจะได้รับส่งไปยังอนุชนรุ่นหลังเห็นได้ชัดว่ามีความจะเป็นที่จะระบุดึงเหตุผลอย่างชัดเจน นิยามศัพท์เฉพาะที่มีมาตรฐาน และหลักการที่ได้รับ การยอมรับในทางวิชาชีพเกี่ยวกับการตีความหมายและการนำเสนอ เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา การขยายตัวอย่างกว้างขวางของกิจกรรมการตีความหมายในแหล่งมรดกวัฒนธรรมต่างๆ และการนำเทคโนโลยีการตีความหมายที่ซับซ้อน รวมทั้งกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจสำหรับการตลาดและการจัดการ แหล่งมรดกวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ๆ และกระตุ้นให้เกิดคำถามอันเป็นแกนหลักของเป้าหมายทั้งด้านการอนุรักษ์และการสร้างความประทับใจในแหล่งมรดกวัฒนธรรมต่อสาธารณชนขึ้นทั่วโลก ได้แก่ อะไรคือเป้าหมายที่เป็นที่ยอมรับ และยอมรับได้ สำหรับการตีความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรม

- หลักการใดที่จะสามารถช่วยกำหนดว่าเทคนิคและวิธีการใดจะเหมาะสมในบริบทต่างๆ ของวัฒนธรรมและมรดก

- ข้อพิจารณาด้านจรรยาบรรณและวิชาชีพใด ที่จะช่วยสร้างสรรค์การตีความหมายและการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบและเทคนิคใด

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของกฎบัตรนี้ คือการกำหนดหลักการพื้นฐานในการตีความหมายและการนำเสนอในฐานะที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของความพยายามในการอนุรักษ์ และในฐานะที่เป็นวิถีทางในการส่งเสริมความประทับใจและความเข้าใจของสาธารณชนที่มีต่อแหล่งมรดก

วัฒนธรรมนี้ คือการสื่อความหมายและการนำเสนอ ณ แหล่งมรดกวัฒนธรรม หรือในพื้นที่ที่อยู่ติดกับแหล่ง

คำจำกัดความ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎบัตรนี้

Interpretation (การสื่อความหมาย) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่มีเจตนาเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของสาธารณชนและเสริมสร้างความเข้าใจต่อแหล่งมรดกวัฒนธรรม ทั้งนี้รวมถึงสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั่วไปและการบรรยายสาธารณะ อุปกรณ์ที่ติดตั้งในแหล่ง โปรแกรมการศึกษา ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ กิจกรรมชุมชน และการศึกษาค้นคว้า การฝึกอบรม และการประเมินกระบวนการสื่อความหมายนั้นๆ เอง

Presentation (การนำเสนอ) มีความหมาย ที่เน้นเฉพาะด้านการสื่อสารเนื้อหาของแหล่งมรดกวัฒนธรรมอย่างมีการวางแผนที่รัดกุม โดยผ่านการเรียบเรียงข้อมูล การเข้าถึงทางกายภาพ และโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย ณ แหล่งมรดกวัฒนธรรม ทั้งนี้ การนำเสนอสามารถทำได้โดยวิธีการทางเทคนิคต่างๆ ซึ่งรวมถึง (แต่ไม่บังคับว่าจะต้องเป็น) องค์กรประกอบต่างๆ อาทิ ป้ายแสดงข้อมูล การจัดแสดงแบบพิพิธภัณฑ์ การจัดทัวร์เดินชมอย่างเป็นทางการ การบรรยาย และการนำเที่ยวและการนำเสนอด้วยสื่อมัลติมีเดียคำจำกัดความ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎบัตรนี้คือ

Interpretive Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย) หมายถึง วัตถุที่ติดตั้งกับ สิ่งอำนวยความสะดวก และพื้นที่ต่างๆ ในแหล่งมรดกวัฒนธรรม ที่สามารถใช้สอยเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการสื่อความหมายและการนำเสนอ

Site Interpreter (ผู้สื่อความหมาย-วิทยากรประจำแหล่ง) หมายถึง เจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัคร ณ แหล่งมรดกวัฒนธรรม ทั้งที่ทำหน้าที่ชั่วคราวหรือถาวร ที่มีหน้าที่สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่า และความสำคัญของแหล่งสู่สาธารณชน

Cultural Heritage Site (แหล่งมรดกวัฒนธรรม) หมายถึงบริเวณ ภูมิทัศน์ธรรมชาติ แหล่งตั้งถิ่นฐาน กลุ่มสถาปัตยกรรม แหล่งโบราณคดี หรือสิ่งก่อสร้างที่เป็นที่รู้จักและส่วนมากจะเป็นสถานที่ที่ได้รับการคุ้มครองโดยกฎหมาย ในฐานะที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

13.1 วัตถุประสงค์

โดยตระหนักว่าการสื่อความหมายและการนำเสนอเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการอนุรักษ์และจัดการมรดกวัฒนธรรม กฎบัตรนี้จึงได้กำหนดหลักการสำคัญ 7 หลักการ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานของการสื่อความหมายและการนำเสนอที่เหมาะสมในสภาพการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อความหมายและการนำเสนอในรูปแบบใดหรือด้วยสื่อแบบใด

หลักการที่ 1 : Access and Understanding (การเข้าถึงและการทำความเข้าใจ)

หลักการที่ 2 : Soundness of Information Sources (ความเชื่อถือได้ของแหล่งข้อมูล)

หลักการที่ 3 : Attention to Setting and Context (การให้ความสนใจกับสภาพโดยรอบและบริบท)

หลักการที่ 4 : Preservation of Authenticity (การสงวนรักษาความเป็นของแท้)

หลักการที่ 5 : Planning for Sustainability (การวางแผนเพื่อความยั่งยืน)

หลักการที่ 6 : Concern for Inclusiveness (การคำนึงถึงความเป็นองค์รวม)

หลักการที่ 7 : Importance of Research, Evaluation, and Training (ความสำคัญของการศึกษาวิจัย การประเมิน และการฝึกอบรม)

ตามหลักทั้ง 7 หลักการดังกล่าว วัตถุประสงค์ของกฎบัตรนี้จึงเป็นไปเพื่อ

1) Facilitate understanding and appreciation อำนวยความสะดวกในการทำความเข้าใจ และสร้างความประทับใจ ในแหล่งมรดกวัฒนธรรม และสร้างความตระหนักต่อสาธารณชนในความจำเป็นที่จะต้องปกป้องและอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรม

2) Communicate the meaning สื่อความหมาย ของแหล่งมรดกวัฒนธรรมด้วยการรับรองความสำคัญของแหล่งอย่างรัดกุม และเป็นลายลักษณ์อักษร โดยวิธีทางวิทยาศาสตร์และวิชาการที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีที่ดำรงอยู่

3) Safeguard the tangible and intangible values ปกป้องคุณค่าที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ของแหล่งมรดกวัฒนธรรมในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมของแหล่งมรดกและในบริบททางสังคม

4) Respect the authenticity เคารพความเป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรม โดยสื่อถึงเนื้อหาทางประวัติศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่ง และปกป้องแหล่งจากผลกระทบที่เกิดจากโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายที่ไม่เหมาะสม

5) Contribute to the sustainable conservation สนับสนุนการอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของแหล่งมรดกวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมความเข้าใจของสาธารณชนต่อความพยายามในการอนุรักษ์ที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง และต้องจัดให้มีการบำรุงรักษาและปรับปรุงข้อมูลของโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายในระยะยาว

6) Encourage inclusiveness สนับสนุนความเป็นองค์รวม ในการสื่อความหมายของแหล่งมรดกวัฒนธรรม โดยอำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและการดำเนินการตามโปรแกรมการสื่อความหมาย

7) Develop technical and professional standards พัฒนามาตรฐานด้านเทคนิคและวิชาชีพสำหรับการสื่อความหมายของมรดก และการนำเสนอรวมทั้งเทคโนโลยี การศึกษาวิจัย และการฝึกอบรม มาตรฐานดังกล่าวนี้ จะต้องมีความเหมาะสมและยั่งยืนในบริบททางสังคม

13.2 หลักการ

หลักการที่ 1 : Access and Understanding (การเข้าถึงและการทำความเข้าใจ) โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดที่เหมาะสมและยั่งยืน ควรจะมีความสะดวกต่อสาธารณชนในการเข้าถึงแหล่งมรดกวัฒนธรรมทั้งทางกายภาพและทางองค์ความรู้

1.1 การสื่อความหมายและการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพควรจะส่งเสริมประสบการณ์ เพิ่มพูนความเคารพและความเข้าใจของสาธารณชน และสื่อสารถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรม

1.2 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะส่งเสริมให้บุคคลและชุมชนได้คำนึงถึงความรับรู้ของตนเองที่มีต่อแหล่ง และสร้างความสัมพันธ์อย่างมีความหมายกับแหล่ง โดยให้ภูมิรู้ รวมทั้งสภาพความจริง โดยความมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการเรียนรู้สืบเนื่องต่อไป

1.3 โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะระบุและประเมินผู้รับข้อมูลทั้งในด้านจำนวนประชากร และด้านวัฒนธรรม อีกทั้งจะต้องพยายามอย่างยั้งยวดในการสื่อสารถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งให้เข้าถึงผู้รับข้อมูลที่หลากหลาย

1.4 ความหลากหลายของภาษาในกลุ่มผู้เข้าชมแหล่งและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่ง ควรจะนำมาเป็นประเด็นพิจารณาสำหรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย

1.5 กิจกรรมการสื่อความหมายและการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ควรมีส่วนที่สาธารณชนสามารถเข้าถึงได้ทางกายภาพด้วย

1.6 ในกรณีที่การเข้าถึงแหล่งทางกายภาพถูกจำกัดเนื่องจากการอนุรักษ์ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม การใช้สื่อที่ถูกปรับเปลี่ยนไป หรือด้วยประเด็นความปลอดภัย ควรจะจัดให้มีการสื่อความหมายและการนำเสนอนอกแหล่ง

หลักการที่ 2: Information Sources (แหล่งข้อมูล) การสื่อความหมายและการนำเสนอ ควรจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักฐานที่รวบรวมขึ้นด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์และทางวิชาการที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีที่ดำรงอยู่

2.1 การสื่อความหมายควรจะประกอบด้วยข้อมูลทั้งแบบมุขปาฐะและข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรหลักฐานที่เป็นวัตถุ รูปแบบประเพณี และความหมายต่างๆ ที่ผูกพันอยู่กับแหล่ง อีกทั้งจะต้องมีการระบุถึงแหล่งที่มาของข้อมูลเหล่านั้นอย่างชัดเจน

2.2 การสื่อความหมายควรอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาค้นคว้าแหล่งและสภาพแวดล้อมโดยละเอียด และโดยศาสตร์ที่หลากหลายแต่ก็จะต้องตระหนักว่า การสื่อความหมายที่มีคุณค่าจะต้องรวมถึงการพิจารณาสมมติฐานทางประวัติศาสตร์ ดำเนินงานที่บ้าน และเรื่องเล่าต่างๆ ด้วย

2.3 ในแหล่งประวัติศาสตร์ที่การเล่าเรื่องราวแบบพื้นบ้าน หรือความทรงจำของผู้มีส่วนร่วมในประวัติศาสตร์เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับความสำคัญของแหล่ง โปรแกรมการสื่อความหมายผนวกแหล่งข้อมูลเหล่านี้เข้าไปด้วย ไม่ว่าจะโดยทางอ้อมผ่านทางโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อความหมายหรือโดยผ่านทางกรมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของวิทยากรประจำแหล่งการปฏิสังขรณ์ภาพของแหล่ง ไม่ว่าจะโดยศิลปิน สถาปนิก หรือนักสร้างหุ่นจำลองคอมพิวเตอร์ ควรจะมีพื้นฐานอยู่บนการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมด้านโบราณคดีด้านสถาปัตยกรรม และข้อมูลทางประวัติศาสตร์อย่างละเอียดและเป็นระบบ รวมทั้งการวิเคราะห์แหล่งข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษร มุขปาฐะ สัตถ์ลักษณ์ และภาพถ่าย แหล่งข้อมูลเหล่านั้นจะต้องได้รับการบันทึกไว้อย่างชัดเจน และเมื่อมีการปฏิสังขรณ์ภาพขึ้นมาใหม่จากแหล่งข้อมูลเดิม ภาพใหม่นั้นจะต้องได้รับการนำเสนอเพื่อเปรียบเทียบกับกรปฏิสังขรณ์ภาพครั้งก่อน

2.4 กิจกรรมการสื่อความหมายและการนำเสนอ รวมทั้งแหล่งการศึกษาและแหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้เป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเหล่านั้นควรจะได้รับกรบันทึกและจัดเก็บไว้เพื่อการอ้างอิงและการพิจารณาในอนาคต

หลักการที่ 3 : Context and Setting (บริบทและสภาพโดยรอบ) การสื่อความหมายและการนำเสนอของแหล่งมรดกวัฒนธรรม ควรจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องในระดับกว้างกับบริบทและสภาพโดยรอบทางสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ

3.1 การสื่อสารความหมายควรจะค้นคว้าถึงความสำคัญของแหล่งในบริบทที่หลากหลายของประวัติศาสตร์การเมือง จิตวิญญาณ และศิลปะ อีกทั้งจะต้องพิจารณาทุกแง่มุมของความสำคัญของแหล่ง ได้แก่ แง่วัฒนธรรม สังคม และสภาพแวดล้อม

3.2 การสื่อความหมายสู่สาธารณะของแหล่งมรดกวัฒนธรรม ควรจะต้องมีการจำแนกและระบุอย่างชัดเจนถึงอายุสมัยของช่วงเวลาที่แหล่งนั้นๆ ได้มีวิวัฒนาการมาและอิทธิพลต่างๆ ที่มีต่อวิวัฒนาการของแหล่งช่วงสมัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำคัญของแหล่งจะต้องได้รับการเคารพ

3.3 การสื่อความหมายควรให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ ที่มีผลต่อความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่งด้วย

3.4 ภูมิทัศน์โดยรอบแหล่ง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพทางภูมิศาสตร์ นั้นเป็นส่วนหนึ่งของความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่ง ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ในการสื่อความหมายด้วย

3.5 องค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้ของมรดกในแหล่ง อาทิ แบบแผนทางวัฒนธรรม และจิตวิญญาณ เรื่องเล่า คนตรี ระบาย ละคร วรรณกรรม ทัศนศิลป์ ธรรมเนียมเฉพาะบุคคล และอาหาร ควรจะได้รับการให้ความสำคัญและรวมอยู่ในการสื่อความหมายด้วย

3.6 ความสำคัญข้ามวัฒนธรรมของแหล่งมรดก เช่นเดียวกับมุมมองต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวที่วางพื้นฐานอยู่บนการศึกษาทางวิชาการ บันทึกโบราณ และรูปแบบประเพณีที่ดำรงอยู่ควรจะนำมาพิจารณาในการจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมาย

หลักการที่ 4 : Authenticity (ความเป็นของแท้) การสื่อความหมายและการนำเสนอ แหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องเคารพต่อหลักการพื้นฐานของความเป็นของแท้ตามสาระ ของ Nara Document (1994)

4.1 ความเป็นของแท้ คือความห่วงใยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนมนุษย์ เช่นเดียวกับหลักฐานวัตถุที่คงเหลืออยู่การออกแบบโปรแกรมการสื่อความหมายจึงควรเคารพหน้าที่ใช้สอยตามรูปแบบประเพณีทางสังคมของแหล่ง อีกทั้งกิจกรรมทางวัฒนธรรมและความภาคภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นและชุมชนที่เกี่ยวข้อง

4.2 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ความเป็นของแท้ของแหล่งมรดกวัฒนธรรม โดยสื่อสารถึงความสำคัญของแหล่ง โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่ง หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของแหล่งอย่างที่ไม่สามารถทำให้กลับคืนดั้งเดิมได้

4.3 โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายที่มองเห็นได้ (อาทิเช่น ชุมทางเดิน และป้ายสื่อความหมาย) ตามที่เห็นว่าเหมาะสมและมีความจำเป็นจะต้องมีความละเอียดอ่อนต่อรูปลักษณะสภาพโดยรอบ และความสำคัญด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติของแหล่ง ในขณะที่ตัวโครงสร้างก็จะต้องมองเห็นได้อย่างชัดเจน

4.4 กิจกรรมการสื่อความหมายต่างๆ ที่จัดขึ้นในแหล่ง อาทิ คอนเสิร์ต การแสดง ประเภทละคร ฯลฯ ที่เห็นว่าเหมาะสมและมีความอ่อนไหวต่อรูปลักษณะของแหล่ง จะต้องมีการวางแผน อย่างรัดกุม เพื่อไม่ให้เกิดการรบกวนต่อประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพเกิดขึ้นน้อยที่สุด

หลักการที่ 5 : Sustainability (ความยั่งยืน) แผนการสื่อความหมายสำหรับแหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องมีความละเอียดอ่อนต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่ง โดยมีความยั่งยืนด้านสังคม การเงิน สภาพแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายหลัก

5.1 การพัฒนาการดำเนินการ โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะเป็นหนึ่งในองค์รวมของการวางแผน การงบประมาณ และกระบวนการจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม

5.2 ผลที่คาดหวังจากโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายและจำนวนผู้เข้าชม แหล่งคุณค่าทางวัฒนธรรม ลักษณะทางกายภาพ ความสมบูรณ์ และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งจะต้องนำมาพิจารณาทั้งหมด ในการประเมินผลกระทบของมรดกวัฒนธรรม

5.3 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรตอบสนองวัตถุประสงค์ด้านการศึกษา และวัฒนธรรมในระดับกว้าง ความสำเร็จของโปรแกรมการสื่อความหมายจะต้องไม่พิจารณาเฉพาะในแง่จำนวนผู้เข้าชมหรือรายได้แต่เพียงอย่างเดียว

5.4 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะเป็นส่วนหนึ่งในองค์รวมของกระบวนการอนุรักษ์ ส่งเสริมตระหนักรู้ของสาธารณชนต่อปัญหาด้านการอนุรักษ์ที่แหล่งนั้นๆ ประสบอยู่ และอธิบายถึงความพยายามในการปกป้องความสมบูรณ์ทางกายภาพของแหล่งไว้

5.5 องค์ประกอบทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใดๆ ที่ได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อความหมายแบบถาวรของแหล่งควรจะมีการออกแบบและก่อสร้างในแบบที่สามารถบำรุงรักษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

5.6 กิจกรรมด้านการสื่อความหมายควรพุ่งเป้าไปที่การให้ประโยชน์ต่อชุมชนของแหล่งนั้นในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อย่างยุติธรรมและยั่งยืนในทุกระดับ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะต้องสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมและจัดจ้างวิทยากรประจำแหล่งจากคนในชุมชนของแหล่งนั้นๆ

หลักการที่ 6 : Inclusiveness (ความเป็นองค์รวม) การสื่อความหมายและการนำเสนอ แหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องเป็นผลของการร่วมมือกันอย่างมีคุณค่าความหมายระหว่างนักวิชาชีพด้านมรดกชุมชนที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

6.1 ความเชี่ยวชาญของหลากหลายสาขาวิชาชีพ อาทิ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์หน่วยงานของรัฐ ผู้จัดการแหล่ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และวิชาชีพอื่นๆ ควรจะบูรณาการอยู่ในการจัดทำโปรแกรมการนำเสนอ

6.2 สิทธิตามประเพณี ความรับผิดชอบ และผลประโยชน์ของเจ้าของทรัพย์สิน ผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียง และชุมชนที่เกี่ยวข้องควรถูกได้รับการให้ความสำคัญและเคารพในการวางแผนโปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่ง

6.3 แผนการขยายหรือทบทวน โปรแกรมสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะถูกเปิดให้สาธารณชนให้ความเห็นและมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นสิทธิและความรับผิดชอบของทุกคนที่จะเปิดเผยความเห็นและมุมมองของตนให้เป็นที่รับรู้

6.4 เนื่องจากปัญหาด้านสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาและวัฒนธรรมตามรูปแบบประเพณีมีความเกี่ยวพันเป็นพิเศษกับกระบวนการสื่อความหมายและการสื่อสารออกมาด้วยสื่อต่างๆ (อาทิสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอในแหล่ง สื่อดิจิทัล และสิ่งพิมพ์) กรรมสิทธิ์ตามกฎหมายและสิทธิในการใช้ภาพ ข้อความ และวัตถุในการสื่อความหมายอื่นๆ ควรจะได้รับการปรึกษาหารือและระบุให้ชัดเจนลงไปในการวางแผน

หลักการที่ 7: Research, Evaluation, and Training (การศึกษาวิจัย การประเมินผล และการฝึกอบรม) การศึกษาวิจัย การฝึกอบรม และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อความหมายแหล่งมรดกวัฒนธรรม

7.1 การสื่อความหมายของแหล่งมรดกวัฒนธรรมไม่ควรจะพิจารณาว่าเสร็จสมบูรณ์เมื่อการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายเสร็จเรียบร้อยแล้ว การศึกษาค้นคว้า และการปรึกษาหารืออย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญในการขยายผลความเข้าใจและความประทับใจในความสำเร็จของแหล่ง และควรจะเป็นองค์ประกอบที่บูรณาการอยู่ใน โปรแกรมการสื่อความหมายทุกโปรแกรม

7.2 โปรแกรมการสื่อความหมายและโครงสร้างพื้นฐานควรจะมีการออกแบบและก่อสร้าง ให้เหมาะกับการปรับปรุงแก้ไข และ/หรือ เพิ่มเติมได้เป็นระยะๆ

7.3 โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอรวมทั้งผลกระทบทางกายภาพที่โปรแกรมเหล่านั้นมีต่อแหล่งควรถูกติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรมีการเปลี่ยนแปลงเป็นครั้งคราวบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์และทางวิชาการ รวมถึงเสียงสะท้อนจากประชาชน ผู้เข้าชมและสมาชิกของชุมชนที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับผู้เชี่ยวชาญด้านมรดกวัฒนธรรมควรจะมีส่วนร่วมในการประเมินผลนี้ด้วย

7.4 โปรแกรมการสื่อความหมายทุกโปรแกรมควรได้รับการพิจารณาว่าเป็นแหล่งการศึกษาแหล่งหนึ่ง และการออกแบบโปรแกรมอื่นๆ ควรให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ที่จะนำไปใช้ในหลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน สื่อด้านการสื่อสารและข้อมูล กิจกรรมพิเศษการจัดงาน และงานอาสาสมัครตามฤดูกาล

7.5 การฝึกอบรมนักวิชาชีพผู้มีคุณวุฒิเฉพาะด้านในการสื่อความหมายและนำเสนอ มรดกวัฒนธรรม อาทิการสร้างสรรคเนื้อหา การจัดการ เทคโนโลยี การนำเที่ยว และการศึกษา ถือเป็นวัตถุประสงค์อันสำคัญยิ่ง ยิ่งไปกว่านั้น โปรแกรมการศึกษาพื้นฐานด้านการอนุรักษ์ ผนวกเอาองค์ประกอบของการสื่อความหมายและการนำเสนอเข้าไปในหลักสูตรด้วย

7.6 ความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและธำรงรักษามาตรฐานด้านวิธีการและเทคโนโลยีการสื่อความหมาย เพื่อเป้าหมายดังกล่าว การประชุมระหว่างประเทศ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการแลกเปลี่ยน เจ้าหน้าที่ระดับวิชาชีพรวมถึง การประชุมในระดับชาติและระดับภูมิภาคควร ได้รับการสนับสนุน กิจกรรมเหล่านี้จะสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับความหลากหลายของวิธีการสื่อความหมาย รวมทั้งประสบการณ์ในภูมิภาคและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

7.7 โปรแกรมและคอร์สการฝึกอบรมที่จัดขึ้นในแหล่งควรพัฒนาขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับพัฒนาการใหม่ๆ นวัตกรรมในแหล่งต่อเจ้าหน้าที่ด้านมรดกและการสื่อความหมายในทุกระดับ รวมทั้งชุมชนที่เกี่ยวข้องและชุมชนเจ้าของพื้นที่

13.3 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณค่าความเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม

1) Represent a masterpiece of human creative genius; or เป็นผลงานชิ้นเอกที่แสดง อัจฉริยภาพในทางสร้างสรรค์ของมนุษยชาติ หรือ

2) Exhibit an important interchange of human values over a span of time or within a cultural area of the world, on developments in architecture or technology, monumental arts, town-planning or landscape design; or แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนคุณค่าของมนุษย์ข้าม ช่วงเวลา หรือภายในเขตพื้นที่วัฒนธรรมใดใดในโลก ในด้านพัฒนาการทางสถาปัตยกรรม หรือ เทคโนโลยี งานศิลปะขนาดใหญ่ การวางผังเมือง หรืองานออกแบบภูมิทัศน์ หรือ

3) Bear a unique or at least exceptional testimony to a cultural tradition or to a civilization which is living or which has disappeared; or เป็นพยานหลักฐานเพียงหนึ่งเดียว หรือ อย่างน้อยเป็นอันที่สำคัญยิ่งของประเพณี อารยธรรมที่ยังดำรงอยู่ หรือที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือ

4) Be an outstanding example of a type of building or architectural or technological ensemble or landscape which illustrates (a) significant stage (s) in human history.

5) เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของรูปแบบอาคาร หรือ สถาปัตยกรรม หรือ สถาปัตยกรรม หรือเทคโนโลยี หรือ ภูมิทัศน์ ซึ่งแสดงถึงยุคสมัยใดที่สำคัญ ในประวัติศาสตร์ของ มนุษย์ชาติ หรือ

6) Be an outstanding example of a traditional human settlement or land-use which is representative of a culture (or cultures), especially when it has become vulnerable under the impact of irreversible change; or เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ตามประเพณี หรือของการใช้ที่ดินที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมหนึ่งหรือหลายวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ ได้กลายเป็นสิ่งที่เปราะบางภายใต้ความกดดันของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่อาจคืนสภาพได้อีก หรือ

7) Be an directly or tangibly associated with events or living traditions, with ideas, or with beliefs, with artistic and literary works of outstanding universal significance มีความเกี่ยวข้องโดยตรงหรือสัมผัสได้รับเหตุการณ์ หรือประเพณีที่ยังสืบต่อกันมา หรือกับความคิด หรือความเชื่อ กับงานศิลปะ และวรรณกรรมที่มีความโดดเด่นสำคัญเป็นเลขข้อ 78 มรดกที่มีคุณค่า จะต้องมีความเป็นของแท้ ความครบถ้วน และมีการคุ้มครอง แผนการจัดการที่เหมาะสม

13.4 เกณฑ์ที่สามารถนำมาใช้วัดคุณค่าทางวัฒนธรรม

ความเป็นของแท้ (Authenticity) และความครบถ้วน (Integrity)

ความเป็นของแท้ ตามที่อ้างอิงจาก The Nara Document on Authenticity 1994 ซึ่งเป็นที่ยอมรับกัน โดยสากลนับตั้งแต่การลงมติในที่ประชุมมรดกโลก ครั้งที่ 18 ซึ่งจัดขึ้นที่ภูเก็ต ประเทศไทยในปี ค.ศ. 1994 นั้น ระบุว่า “การตัดสินใจความเป็นของแท้ สามารถเชื่อมโยงได้กับคุณค่าของโบราณสถานที่หลากหลายของแหล่งที่มาของข้อมูลด้วยเหตุที่ความเป็นของแท่นั้นขึ้นอยู่กับธรรมชาติของมรดกทางวัฒนธรรมและบริบททางวัฒนธรรม ซึ่งถูกนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายเช่นกัน ได้แก่ รูปทรงแนวคิดในการออกแบบ วัสดุ การใช้งาน ประโยชน์ใช้สอย ประเพณีและเทคนิค สถานที่ตั้ง และสภาพโดยรอบ จิตวิญญาณ ความรู้สึก การใช้แหล่งข้อมูลดังกล่าวจะนำมาซึ่งการศึกษาทางมรดกวัฒนธรรมทั้งในเรื่องของศิลปกรรม ประวัติศาสตร์ สังคม และวิชาการ โดยทั่วไปการตรวจสอบระดับความเป็นของแท้ของมรดกสิ่งก่อสร้าง อาจแบ่งออกได้ เป็น

1) ความเป็นของแท้ ของการออกแบบ รวมความถึงลักษณะหรือองค์ประกอบ ที่แสดงถึงการออกแบบทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม วิศวกรรม และประโยชน์การใช้สอย ให้ตรวจสอบว่ารูปร่าง รูปทรง ลักษณะการออกแบบของมรดกสิ่งก่อสร้างนั้นๆ ยังคงเป็นแบบดั้งเดิม ยังมีความเป็นของแท้หรือไม่ ความเป็นของแท้ของวัสดุ ได้แก่วัสดุในการก่อสร้างอาคาร ให้ตรวจสอบว่ายังมีส่วนที่เป็นวัสดุเดิมของแท่มากน้อยเพียงใด มีการใช้วัสดุใหม่โดยการต่อวัสดุดั้งเดิมด้วยทำให้สามารถแยกแยะได้หรือไม่ ความเป็นของแท้ของช่างฝีมือ ทั้งในส่วนของการก่อสร้างและการตกแต่งแสดงถึงเทคนิคและวิธีการของช่างในการก่อสร้าง ประดับประดา ตลอดจนการอนุรักษ์ให้ตรวจสอบว่าฝีมือช่างของแทื่อยังคงเห็นได้อยู่หรือไม่ในปริมาณมากน้อยเท่าใด

ความเป็นของแท้ของสภาพโดยรอบ (setting) คือแหล่งที่ตั้งสภาพโดยรอบของมรดกสิ่งก่อสร้าง ยังมีความเชื่อมต่อกับช่วงเวลาของการก่อสร้างมรดกสิ่งก่อสร้าง ภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ หรือ เมืองโบราณนั้นหรือไม่ ให้ดูสภาพโดยรอบนั้นยังมีลักษณะที่สัมพันธ์กับมรดกสิ่งก่อสร้าง อยู่หรือไม่ นอกจากลักษณะทางกายภาพ ยังรวมถึงความเป็นของแท้ของประโยชน์ใช้สอย ประเพณี ภาษา วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้จิตวิญญาณ ความรู้สึก

2) ความครบถ้วน ในที่นี้หมายถึงครบถ้วนขององค์ประกอบของโบราณสถานที่มีผลานกลมกลืนกัน ทั้งที่เป็นสิ่งก่อสร้างและองค์ประกอบของสภาพโดยรอบที่มีความเกี่ยวข้องกัน ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของคุณค่าทางวัฒนธรรม การพิจารณาว่า อาคารหรือมรดกสิ่งก่อสร้างนั้นๆ มีคุณค่าหรือไม่นอกจากวัดด้วยความเป็นของแท้แล้วจึงตรวจสอบด้วยว่าได้มีการพิจารณาครอบคลุมองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับแหล่งนั้นอย่างครบถ้วนหรือยัง มีการกำหนดขอบเขตพื้นที่โบราณที่สอดคล้องกับคุณค่าของสิ่งก่อสร้างนั้นหรือไม่

คุณภาพของข้อมูล (Quality) นอกจากนี้จากกรณีของมรดกสิ่งก่อสร้างที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพไปจากเดิม ด้วยการดำเนินการในอดีตไม่ว่าจะเป็นการต่อเติมหรือรื้อถอนในการใช้สอย ตามสมัยนิยม หรือตามความต้องการของผู้ครอบครองในช่วงเวลาที่ผ่านมามาตลอดจนการอนุรักษ์ หรือการปฏิสังขรณ์หรือฟื้นฟูรูปแบบดั้งเดิมกลับมาอีกครั้ง การที่จะพิจารณาว่าลักษณะแห่งการก่อสร้างของอาคารมีประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดีหรือไม่นั้น ยังขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือและความครบถ้วนทางข้อมูล การบันทึกสภาพหลักฐานที่มีอยู่ก่อนการดำเนินการคุณภาพของข้อมูลหลักฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อฟื้นฟูรูปแบบดั้งเดิมแนวคิดนี้เป็นที่ยอมรับโดยสากลดังปรากฏในเอกสารที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมและกฎบัตรต่างๆ

13.5 มาตรการในการรักษาคุณค่าของมรดก

การคุ้มครอง (protection) และการจัดการ (management) มาตรการทางกฎหมายบัญญัติกฎระเบียบต่างๆ เช่น พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร ข้อบัญญัติท้องถิ่นต่างๆ ระเบียบกรมศิลปากรว่าด้วยการอนุรักษ์โบราณสถาน

การกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่จะปกป้องคุ้มครอง Boundaries – Core Zone (สผ. เรียก พื้นที่สงวน) Buffer Zone เขตพื้นที่โดยรอบพื้นที่มรดกที่มีการควบคุมเพื่อปกป้องคุณค่าของมรดก (สผ. เรียก พื้นที่อนุรักษ์) การวางระบบการจัดการ เช่นการจัดทำแผนบริหารจัดการ แผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนา ข้อ 119 (ข้อสุดท้าย) ย้ำในเรื่อง การใช้สอยอย่างยั่งยืน (Sustainable use) คำนี้ถึง เรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมและการสืบสานทางวัฒนธรรม

กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1. เนื่องด้วยการท่องเที่ยว คือ หนทางหลักแห่งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์จะต้อง สร้างโอกาสให้ทั้งประชาชนในท้องถิ่น และผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์รับรู้ และเข้าใจในมรดกและวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ที่หลากหลาย

1.1 มรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นประจักษ์พยานของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ ได้มีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตร่วมสมัยที่สาธารณชนจะต้องเข้าถึง รับรู้ได้ การที่จะปกป้องคุ้มครอง และอนุรักษ์หลักฐานทางกายภาพของ โบราณสถานที่ยังคงอยู่ จิตวิญญาณขนบธรรมเนียมที่สืบทอด รวมทั้งบริบทที่เกี่ยวข้องในภาพรวมทั้งหมดได้นั้น จะต้องสร้างความเข้าใจและทำให้เกิดความตระหนักในคุณค่าความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน ด้วยลักษณะที่มีความสมดุลและปรับใช้ตามสถานภาพที่เป็นอยู่

1.2 ลักษณะเฉพาะของทั้งมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีระดับของความสำคัญที่แตกต่างกัน ในขณะที่บางแหล่งมีคุณค่าความสำคัญอย่างยิ่งในระดับโลก ก็ยังมีแหล่งอื่นๆ ที่มีคุณค่าเพียงในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น การสื่อความหมายต่างๆ จะต้องนำเสนอถึงความแตกต่างของระดับความสำคัญนี้ แก่ประชาชนในท้องถิ่นและผู้มาเยือนด้วยวิธีการใช้สื่อ รูปแบบการศึกษาและเทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีความเหมาะสม

1.3 กิจกรรมการสื่อความหมายนี้จะต้องสนับสนุนให้สาธารณชนได้ตระหนักถึงคุณค่าและให้ความร่วมมือช่วยเหลืออันจะส่งผลให้มรดกทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดำรงอยู่สืบต่อไป

1.4 กิจกรรมการสื่อความหมาย ควรนำ เสนอความสำคัญของแหล่งโบราณสถาน วัฒนธรรมประเพณีที่ปฏิบัติกันอยู่ ตั้งแต่อดีตในยุคสมัยต่างๆ และในท้องถิ่นภูมิภาคต่างๆ โดยไม่ละเลยถึงวัฒนธรรมและภาษาของชนกลุ่มน้อย ผู้มาเยือนควรได้รับข้อมูลของคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง อันเป็นตัวกำหนดลักษณะเฉพาะของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นๆ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีความเป็นไปได้ด้วยความรวดเร็ว จนอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางคุณค่าขึ้น จึงควรมีการจัดการในรูปแบบที่ยั่งยืน เพื่อให้สืบทอดแก่คนในรุ่นต่อไป

2.1 โบราณสถานมีคุณค่าสำหรับทุกคน ในฐานะพื้นฐานที่สำคัญของความหลากหลายทางวัฒนธรรมและพัฒนาการทางสังคม มาตรการในการปกป้องและอนุรักษ์ในระยะยาวของตัวโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีที่สืบทอดต่อมา และความผสมกลมกลืนทางกายภาพกับสภาพแวดล้อมจะต้องถือเป็นส่วนสำคัญของนโยบายในการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคมและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

2.2 โครงการและกิจกรรมการพัฒนาทางการท่องเที่ยว จะต้องนำมาซึ่งผลลัพธ์ ในทางบวก และก่อให้เกิดผลกระทบให้น้อยที่สุดต่อมรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ท้องถิ่นในขณะที่พยายามสนองต่อความต้องการและความปรารถนาของผู้มาเยือน

2.3 การอนุรักษ์ การสื่อความหมาย และการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในคุณค่าความสำคัญเฉพาะของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม พร้อมด้วยการศึกษาวิจัย ค้นคว้าข้อมูลใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ถือเป็นส่วนสำคัญของความเข้าใจและซาบซึ้ง ในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม

2.4 การอนุรักษ์ไว้ซึ่งความเป็นของแท้ดั้งเดิมของโบราณสถาน ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นข้อแม้สำคัญที่ทำให้เกิดคุณค่าทางวัฒนธรรม

2.5 โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว และการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องมีการคำนึงถึงมิติทางด้านสุนทรียภาพ ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ลักษณะเฉพาะแห่งความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมทางสายตา ในภาพรวมที่กว้างที่สุดของมรดกทางวัฒนธรรม ควรคิดถึงการใช่วัสดุในท้องถิ่นเป็นอันดับแรก และคำนึงถึงลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น

2.6 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องผ่านกระบวนการ การวางแผนการจัดการ ซึ่งคำนึงถึงคุณค่าของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม โดยจำกัด ให้มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีคุณค่านั้นให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้คำนึงถึงผลกระทบ ของจำนวนของผู้มาเยือนที่มายังแหล่ง ความผาสุกกลมกลืน ความสมดุลของระบบนิเวศ การเข้าถึง และการคมนาคมขนส่ง สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น หากระดับ ของการเปลี่ยนแปลงนั้นส่งผลให้เกิดผลกระทบจนไม่อาจจะยอมรับได้ ข้อเสนอในการพัฒนา การท่องเที่ยววนั้นจะต้องได้รับการปรับแก้ไข

2.7 จะต้องมีการประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และการพัฒนา

3. การอนุรักษ์และการวางแผนการท่องเที่ยว จะต้องเป็นหลักประกันแห่งประสบการณ์ ที่คุ้มค่าเป็นที่พึงพอใจ และสร้างความสุขแก่ผู้มาเยือน

3.1 การอนุรักษ์และการท่องเที่ยว ควรนำ เสนอข้อมูลที่มีคุณภาพ ที่จะสร้างความ เข้าใจในลักษณะที่สำคัญของแหล่งและความจำ เป็นในการปกป้องคุ้มครองสงวนรักษาไว้ เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมได้รับอรรถรสจากการท่องเที่ยวในแนวคิดและวิธีการที่เหมาะสม

3.2 ผู้มาเยือนควรได้รับอิสระในการเข้าชมตามที่ต้องการ แต่การกำหนดเส้นทาง การเข้าชมก็อาจมีความจำเป็น เพื่อลดผลกระทบจากการเข้าชมนี้

3.3 การเคารพต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และขนบธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเหนือธรรมชาติในแหล่งจะต้องถูกพิจารณาก่อนเป็นอันดับแรก ควรมีการกระตุ้น เตือนให้ผู้มาเยือน ทำตัวให้เข้าบ้านยินดีต้อนรับ โดยให้ความเคารพต่อคุณค่าและวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ถอยห่างจากการค้าโบราณวัตถุที่ผิดกฎหมาย ทำตัวให้เข้าบ้านรอคอยที่จะให้การต้อนรับอีกในครั้งต่อไป

3.4 การวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมความสะดวกสบาย ความปลอดภัยและสวัสดิการที่เหมาะสมแก่ผู้มาเยือน แต่จะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อลักษณะที่สำคัญตลอดจนต่อสภาพแวดล้อมของแหล่ง

4. ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น ควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการอนุรักษ์และจัดการการท่องเที่ยว

4.1 ต้องเคารพในสิทธิและความสนใจของชุมชนท้องถิ่น สำหรับแหล่งที่มีคุณค่าในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่น โดยเจ้าของสถานที่และประชาชนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการเปิดโอกาสให้เข้าร่วมในการกำหนดเป้าหมาย วิธีการนโยบาย และขอบเขตของการดำเนินการ ร่วมวางแผนอนุรักษ์ การจัดการการนำเสนอ และการสื่อความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมของตนในบริบทของการท่องเที่ยว

4.2 ในขณะที่สำหรับมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าความสำคัญในระดับสูงเกินกว่าท้องถิ่น เราควรให้ความเคารพในความต้องการและความปรารถนาของชุมชนท้องถิ่น ในการจำกัดหรือจัดการการนำเข้าไปสู่กิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ

5. กิจกรรมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ต้องสร้างผลตอบแทนแก่ชุมชนท้องถิ่น

5.1 นโยบายการอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องส่งเสริมมาตรการในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ทั่วถึง สมดุลทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น ให้ช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อบรรเทาปัญหาความยากจน

5.2 การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ควรจะสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม ที่มีการจัดสรรแบ่งปันอย่างเท่าเทียมไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง ภายในชุมชนท้องถิ่นในทุกระดับ ผ่านทางการศึกษาอบรมและการสร้างงานให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีอาชีพที่มั่นคง

5.3 ส่วนสำคัญของรายได้ที่มาจากการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ของการท่องเที่ยว จะต้องถูกนำกลับมาใช้ในการปกป้องคุ้มครอง ในการอนุรักษ์ และการเผยแพร่นำเสนอข้อมูลของแหล่ง ทั้งนี้ให้ผู้มาเยือนได้รับรู้ถึงการนำเอารายได้จากการเข้าชมมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับมรดกทางวัฒนธรรมนั้นๆ ด้วย

5.4 จะต้องสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมและสร้างงานภาคเอกชนให้มากขึ้น
ให้กับชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาความรู้ของประชาชนในท้องถิ่นที่นำเสนอ
และสื่อความหมายถึงสิ่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมของตน

5.5 โครงการการศึกษา และการสื่อความหมายคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม
ที่เกิดขึ้นภายในชุมชนท้องถิ่นนั้นจะต้องเอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพของข้อมูลทางวิชาการของแหล่ง
ที่มุ่งให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รู้จักและเคารพในมรดกทางวัฒนธรรมของตน เพื่อที่จะให้
มีความสนใจในการอนุรักษ์มรดกเหล่านั้นไว้ด้วยตนเอง

5.6 แผนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องให้ความสำคัญกับ
การให้ความรู้และการฝึกอบรมของนักการเมือง นักวางแผน นักวิจัย นักออกแบบ สถาปนิก
ผู้ตีความมรดกทางวัฒนธรรม นักอนุรักษ์ และผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ผู้ให้การสนับสนุนในแต่ละฝ่าย ควรจะร่วมมือกันทำ ความเข้าใจกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น
และช่วยกันคิดหาหนทางแก้ไข

6. การส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องปกป้อง และรักษาคุณค่าลักษณะเฉพาะของมรดก
ทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม

6.1 โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรสร้างเป้าหมายที่เป็นจริง และให้ข้อมูล
แก่นักท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพด้วยความรับผิดชอบเกี่ยวกับลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่ง
และของ ชุมชนท้องถิ่นเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้ผู้มาเยือนเหล่านี้ได้มีการวางตัวที่เหมาะสม

6.2 องค์กรของมรดกทางวัฒนธรรม จะต้องได้รับการคุ้มครองความเป็นของแท้
ดั้งเดิมและได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าชมที่ดีขึ้น ในขณะที่จำกัดปัจจัยการเปลี่ยนแปลง
ที่ควบคุมไม่ได้ให้เหลือน้อยที่สุด และหลีกเลี่ยงการกระจัดตัวของนักท่องเที่ยวในสถานที่หนึ่งใน
จำนวนที่มากจนเกินไปในช่วงเวลาเดียวกัน

6.3 โปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมุ่งให้เกิดการกระจายผลตอบแทนและ
บรรเทาปัญหาจากสถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีนักท่องเที่ยวมากเป็นจำนวนมาก โดยส่งเสริมให้
ผู้มาเยือนได้ไปสัมผัสกับลักษณะเฉพาะของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ที่หลากหลาย
และกว้างขวางขึ้น ในภูมิภาคหรือท้องถิ่น

6.4 การส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นถิ่น หรือผลิตภัณฑ์
อื่นๆ ที่อาจช่วยก่อให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความมีเหตุผลทางเศรษฐกิจ
ชุมชน และรับประกันว่า บูรณาการทางวัฒนธรรม ความผสมกลมกลืนของแหล่งมรดก
ทางวัฒนธรรม จะไม่ถูกลดระดับลงไป

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่ากฎบัตรและมาตรฐานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน จากการทำงานร่วมกันของอโคโมสและยูเนสโก ได้มีการปรับปรุงความหมายของเมืองประวัติศาสตร์และองค์ประกอบที่ต้องอนุรักษ์ให้มีความชัดเจนมากขึ้น จากเดิมที่เน้นเฉพาะโบราณสถาน สถาปัตยกรรม และแหล่งที่ตั้ง มาเป็นการพิจารณาภาพรวมที่กว้างขึ้น โดยครอบคลุมถึงมิติทางด้านสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจ และสังคมที่สำคัญที่สุดก็คือการให้คนเป็นศูนย์กลางของการอนุรักษ์เมือง เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับทุกฝ่ายและการเคารพในสิทธิ์ของผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ การท่องเที่ยวในปัจจุบันนั้นไม่เพียงแต่เดินทางภายในประเทศเท่านั้นแต่การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็เป็นที่ยอมรับไม่แพ้กัน จึงเป็นเหมือนสิ่งที่สำคัญที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจทางวัฒนธรรมระหว่างกัน ดังนั้นการที่จะร่วมกันอนุรักษ์ควรที่จะต้องมีความรับผิดชอบ และมีการจัดการกับโอกาสที่ดีเช่นนี้ โดยสิ่งสำคัญประการแรก นั่นคือการสร้างเสริมให้เกิดความเข้าใจระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มรดกทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม จัดว่าเป็นทรัพยากรทั้งที่เป็นวัตถุและจิตวิญญาณเป็นสิ่งที่ช่วยบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของมวลมนุษย์ตั้งแต่ครั้งอดีตและเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน และควรที่จะได้มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน การที่จะสร้างแผนงานเพื่อเป็นการอนุรักษ์และปกป้องมรดกที่สำคัญต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โบราณสถาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือแม้แต่วัฒนธรรมร่วมสมัยที่แสดงออกให้เห็นในปัจจุบันก็ควรที่จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และรวมถึงการสำนึกในบุญคุณของบรรพบุรุษ โดยการดำเนินการตามแนวทางที่เหมาะสมและถูกต้อง ในมุมมองของบุคคลแต่ละคนนั้น การรับรู้ถึงคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมนั้นค่อนข้างที่จะแตกต่างกันบ้างก็เรียกว่าเป็นค่านิยมสากล ค่านิยมของชาติ ของพื้นที่ ของท้องถิ่นแผนการหรือแนวทางที่จะลงมือปฏิบัติ ควรที่จะมีความสอดคล้องกับความเชื่อหรือค่านิยมของคนในท้องถิ่นและตัวนักท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งการกระตุ้นให้เกิดความรู้ความเข้าใจ จะต้องอาศัยสื่อและเทคโนโลยีต่างๆ ตลอดจนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจะต้องมีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมในปัจจุบันเช่นกัน

14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

14.1 งานวิจัยในประเทศ

จุฑามาศ ไชยสร (2536) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 49 แห่ง มีค่าศักยภาพต่างกัน โดยที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพสูงสุดคือ วัดจองคำ - วัดจองกลาง ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง

และแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพต่ำสุด คือ ถ้ำแม่ลาเกะ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอขุนยวม จากการศึกษา ได้จัดลำดับศักดิ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามค่าศักยภาพ กลุ่มที่มีค่าศักยภาพสูง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกในการเข้าถึง ถนนที่ใช้สัญจรเป็นถนนคอนกรีตหรือถนนลาดยาง ระยะทางไม่ห่างจากชุมชนมาก ใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อยู่ในเขตชุมชนจึงได้รับการบริการทางด้านสาธารณูปโภคจากชุมชนได้หลายประการ แหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพปานกลาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เนื่องจากในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ จะมีไม่ครบถ้วน ทำให้มีศักยภาพต่ำกว่าแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแรก แต่จะมีความพร้อมในเรื่องของสภาพแวดล้อมที่มีสภาพเป็นไปตามธรรมชาติ ไม่ค่อยได้รับการตัดแปลงให้เปลี่ยนไปจากเดิมมากนัก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพต่ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติทั้งหมด เมื่อพิจารณาตัวแปรต่างๆ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสะดวกในการเข้าถึงต่ำ แต่ในเรื่องของสภาพแวดล้อมและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวสูงเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกล ไม่ถูกรบกวนจากนักท่องเที่ยว

มานูพันธ์ พ่วงพลับ (2538) ได้วิจัยศึกษาและข้อจำกัดสำหรับการใช้พื้นที่บางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้กล่าวถึงเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานเดิมของชุมชนในระดับพื้นที่บริเวณต่างๆ สรุปสาระว่าการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์เชิงระบบนิเวศนี้ โดยอาศัยความเข้าใจทางด้านนิเวศวิทยาช่วยพิจารณาสภาพแวดล้อมธรรมชาติพื้นที่นั้น ซึ่งระบบนิเวศธรรมชาติใดๆ ก็ตาม อันหมายถึง พื้นที่หรือบริเวณที่มีองค์ประกอบสามัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กันอยู่ คือ สิ่งที่มีชีวิต (พืชและสัตว์) และสิ่งแวดล้อม (ทางกายภาพและทางชีวภาพ) มีความสัมพันธ์ปกติ ของระบบนิเวศที่อยู่ในระดับดุลของธรรมชาติ แต่ถ้าองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์หรือระบบนิเวศที่มีมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยแล้วจะทำให้เกิด โครงข่ายความสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ ขึ้นตามมา ซึ่งนำไปสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงของระบบที่ขึ้นกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางด้านมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อมขณะเดียวกันมนุษย์ จะมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศอื่นๆ ความสัมพันธ์ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมนั้น ได้ก่อให้เกิดปัญหาในทุกกรณี มีหลายพื้นที่ที่มนุษย์สามารถจะอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าหากมีการวางแผน

สาธิต ประเสริฐ (2538) ได้ทำการศึกษาประเมินศักยภาพทางกายภาพและสังคม ในการรองรับการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ผลจากการศึกษามีประเด็นที่น่าสนใจคือ ในช่วงของวันที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสมหนาแน่นจะมีบางปัจจัยที่เพียงพอในการรองรับหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ปริมาณน้ำใช้ สถานที่พักผ่อนและพื้นที่ที่ใช้ในการกำจัดขยะ

ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ยังเพียงพอจนถึงปี พ.ศ. 2546 แต่ยังคงมีปัจจัยบางส่วนที่ต้องปรับปรุง เช่น จำนวนห้องน้ำ - สุขา มิใช่เพียงพอแก่การให้บริการจึงมีความจำเป็นต้องจัดหาห้องน้ำ - สุขาเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติภูกระดึงก็มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นทุกปี ถ้าหากไม่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวก็จะส่งผลกระทบต่อสภาพธรรมชาติ รวมทั้งความสามารถในด้านการบริการต่างๆ ก็จะมีคุณภาพน้อยลง ดังนั้นมาตรการหนึ่งที่น่าสนใจคือการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 78.5 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมดเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าวเพราะเป็นการช่วยอนุรักษ์และช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอในการให้บริการต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่ไม่เห็นด้วยประมาณร้อยละ 21.5 นั้นเห็นว่าเป็นมาตรการที่เข้มงวดเกินไปและเป็น การจำกัดเสรีภาพของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้ประโยชน์จากอุทยาน แห่งชาติภูกระดึง อย่างไรก็ตาม มาตรการนี้เป็นเพียงทางเลือกหนึ่งที่จะนำไปพิจารณาในการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวของ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง หากจะนำไปปฏิบัติจริงจะต้องมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อไม่ให้กระทบต่อผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและให้สอดคล้องกับขีด ความสามารถในการรองรับของอุทยานฯ ด้วย

สุริย์ บุญญาพงศ์ และสุรศักดิ์ ป้อมทองคำ (2539) ได้ทำการศึกษาประเพณีเพื่อ การท่องเที่ยวจุดเปลี่ยนของระบบความสัมพันธ์ทางสังคม พบว่า เมื่อกิจกรรมทางประเพณี กลายเป็นวัตถุ癖ในการท่องเที่ยว รูปแบบของกิจกรรมตามแบบเดิมของท้องถิ่น มักจะถูก ปรับเปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดความน่าตื่นตา ตื่นใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน การจัดกิจกรรมประเพณี มิใช่มีเพียงชาวบ้านหรือคนในชุมชนเท่านั้น หากแต่มีหน่วยงานและ องค์กรต่างๆ เข้ามาร่วมด้วย ซึ่งมีผลทำให้ต้องมีการปรับระบบการจัดการดำเนินงานเสียใหม่ ในการศึกษาคั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญที่จะต้องทราบว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนิน กิจกรรมตามประเพณีเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนได้รับความ กระทบกระเทือนอย่างไรบ้างทั้งนี้ได้เลือกศึกษาในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งเป็นชุมชน ที่เพิ่งเปิดตัวในตลาดการท่องเที่ยว และเป็นชุมชนที่ยังมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมตามแบบดั้งเดิม ที่โดดเด่นโดยเลือกศึกษาในกิจกรรมประเพณีการบรรพชาสามเณรหรือปอยส่างลอง ซึ่งเป็น กิจกรรมตามประเพณีที่มีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยและถือเป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

พิธีปอยส่างลอง เป็นพิธีกรรมหนึ่งที่สะท้อนถึงศรัทธา ความเชื่อมั่นทางศาสนา ของชาวไทยใหญ่ วัตถุประสงค์สำคัญของพิธีกรรม คือ การสร้างบุคลาการเพื่อสืบทอดพระศาสนา ปัจจุบันปอยส่างลองถูกนำมาเสนอต่อสาธารณชนในฐานะ “สินค้า” การท่องเที่ยวซึ่งจำเป็นต้องมี

การปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เหมาะสมสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานของรัฐต้องเข้ามาดำเนินงานในฐานะผู้ประสานงานการจัดพิธีและจากการเข้ามามีบทบาทของหน่วยงานของรัฐเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนระบบความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน ได้ทำลายระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชนลง การจัดพิธีกรรมจึงเป็นเพียงการแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงการนำเสนอผลกระทบอย่างหนึ่งของการจัดกิจกรรมประเพณีเพื่อตอบสนองการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชนเพราะขณะที่การเปลี่ยนรูปแบบประเพณีเพื่อการท่องเที่ยวได้ทำลายระบบความสัมพันธ์ทางสังคมแบบเดิมให้หมดไป ก็ได้สร้างระบบความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใหม่ ซึ่งเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นผลดีต่อการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งไม่เป็นผลดีต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านต่างๆ ขึ้นมาแทน ระบบความสัมพันธ์แบบใหม่นี้เป็นระบบที่คนในชุมชนมีความห่างเหินกันมากขึ้น เป็นระบบที่คนต้องคิดคำนวณทุกครั้งก่อนจะตัดสินใจร่วมกิจกรรมใดๆ ทางสังคมว่า การมีส่วนร่วมนี้ตนเองจะได้ประโยชน์คุ้มหรือไม่และใครจะได้ประโยชน์มากกว่า ซึ่งหากระบบคิดคำนวณเช่นนี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ก็เป็นเรื่องที่ยากยิ่งที่จะสามารถรักษาวัฒนธรรมประเพณีใด ๆ ให้อย่างสมบูรณ์

คารุณี บุญธรรม (2543) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนมั่งในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาบ้านน้ำคะ ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัด พะเยาได้กล่าวถึงเรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สรุปสาระว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สุดในโลก แต่เป็นอุตสาหกรรม ที่เปราะบางในเรื่องทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม ฉะนั้นหากไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างรอบคอบ อาจส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมได้ง่าย การได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจอย่างเดียวไม่เป็นการเพียงพอ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องระบบการจัดการ ในยุคนี้เองที่ทำให้สถานบริการต่างๆ ในประเทศไทยได้เติบโตมาจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้โบราณสถานต่าง ๆ ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวที่ต้องบรรจุไว้ในกำหนดการและเส้นทางกรท่องเที่ยว นอกจากนี้เทศกาลและศิลปวัฒนธรรมที่จัดแสดงและผลิตขึ้นมาก็เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวประเภทแรกมีความนิยมที่ต้องการจะใช้จ่าย เพื่อสนองความสะดกสบายและความอยากได้สิ่งของที่ต้องการจะได้ ส่วนนักท่องเที่ยวประเภทที่สองเป็นกลุ่มที่ชอบผจญภัย ซึ่งรวมถึงการทัศนศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

ภาวิณี เวชสิทธิ์นิรภัย (2543) ได้วิจัยศักยภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ได้กล่าวถึงเรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่สรุปสาระว่า นักท่องเที่ยวไม่ให้เกียรติ ไม่ศรัทธาในเรื่องวัฒนธรรมของชาวบ้าน นอกจากนั้น

คนหนุ่มสาวยังมีการเลียนแบบนักท่องเที่ยว เช่น การแต่งกาย การกินอยู่ ภาษาที่ใช้ ฉะนั้น ควรมีการเตรียมการให้มัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยวให้รู้จักวัฒนธรรม ประเพณี และความคิด ความเชื่อต่างๆ ของศาสนา เพื่อความเข้าใจอันดีระหว่างเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม โดยเฉพาะ ชาวเขาเผ่าม้ง บ้านแม่สาใหม่ โดยชาวเขาได้รับรายได้จากการแสดงเพียงคนละ 15 บาทต่อครั้ง สำหรับปัญหาและอุปสรรค หากจะมีการพัฒนาให้ชุมชนสะโง๊ะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ยั่งยืนในโอกาสต่อไปนั้นพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนา นอกจากนั้นประชาชนส่วนใหญ่ ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาให้ชุมชนสะโง๊ะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีผลทำให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้น ซึ่งเกษตรกรเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ การจัดการผลประโยชน์ของชุมชนและการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวระบบการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยวตลาดการท่องเที่ยว

นางเยาว์ ใจห่อ (2544) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องเรื่องศักยภาพของศูนย์ศึกษา การพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้กล่าวถึง เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ สรุปสาระว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบ ของการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะตัวในการให้ความรู้ ด้านการอนุรักษ์เน้นที่ให้คุณ ได้เข้าไปท่องเที่ยวและได้ความรู้ไปพร้อมๆ กับความเพลิดเพลินในพื้นที่ธรรมชาติและท่องเที่ยว อย่างรู้คุณค่า เคารพในสถานที่นั้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านการอนุรักษ์เปิดโอกาสให้ ประชาชนมีส่วนร่วมได้ ถือเป็นกระบวนการที่สมบูรณ์ พิจารณาทั้งในเรื่องทุนธรรมชาติ และ ทุนสังคม ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุนทางเศรษฐกิจที่ดำรงอยู่ได้

บุญบา สิทธิกร และคณะ (2544) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน บ้านแม่กลางหลวง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพผลกระทบการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตวัฒนธรรมของกะเหรี่ยงคอยอินทนนท์ผลการวิจัย ค้นพบประเด็นสำคัญดังนี้

1. วิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีประสิทธิภาพที่สุด ควรให้ชาวบ้าน มีบทบาทในการจัดการผ่านกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม (Participation Working Approach) ซึ่งมุ่งเน้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ได้แก่ การศึกษาชุมชนการทำแผนการดำเนินการ การบริหารจัดการ และการติดตามประเมินผล

2. การให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาคนเสริมสร้างศักยภาพในการตัดสินใจ ในทุกกระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยว

3. การกระจายรายได้และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรม จะสามารถก่อให้เกิดการร่วมมือของชาวบ้านต่อการจัดการท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวและการสนับสนุนจากหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5. ปัจจัยด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนที่สามารถเพิ่มพูนความรู้และส่งเสริมประสบการณ์ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน

จันทร์ทิพย์ คงปาน (2545) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก พบว่า เขื่อนภูมิพลมีองค์ประกอบด้านพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในพื้นที่ ด้านการจัดการมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเหมาะสมต่อการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนด้านกิจกรรมและกระบวนการ ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยว ปัจจุบันยังมิได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านและขาดสินค้าที่ระลึก ที่เป็นเอกลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวในเขื่อนภูมิพลเป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในเขื่อนภูมิพล ตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ที่มีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมที่มีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา 4) องค์ประกอบด้านองค์กร ที่เปิดให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

พูนทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์ (2546) ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เนื่องจากชุมชนเชื่อว่า การท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำลายความเข้มแข็งและวัฒนธรรมของชุมชน

นอกจากนี้รัฐยังเข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวแทนประชาชน ชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่รู้จัก การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแต่ก็คาดหวัง การท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนจะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ ถ้าชุมชนจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชนต้องการคือ การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สองคือ การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชนเป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์อันดับรองลงมา

สิรินันท์ ใจคง (2547) ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาบ้านดงยางเป็นแหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ กรณีศึกษาหมู่บ้านดงยาง ตำบลน้ำเที่ยง อำเภอคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร พบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาบ้านดงยางให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่มีความพร้อม เพราะมีกลุ่มองค์กรที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะกลุ่มออมทรัพย์ของหมู่บ้าน และภายในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สามารถพัฒนาได้ในอนาคต นอกจากนี้วิถีชีวิตของชาวบ้านยังมีวัฒนธรรมชนบท มีความเชื่อเรื่องผี พิธีเลี้ยงผี ซึ่งจัดขึ้นทุกปี การเฝ้าเพื่อรักษาคนป่วยและในปัจจุบันอำเภอคำชะอีและองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำเที่ยงก็ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นจุดแวะพักผ่อนของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางไปอินโดจีน

ชัยสิทธิ์ คำรงวงศ์เจริญ (2550) ได้วิจัยการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงอนุรักษ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาภูผายนต์ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร พบว่ามีการวางแผนแบบมีส่วนร่วมและมีแผนปฏิบัติการที่จะขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้แก่ชาวบ้าน มีการเตรียมให้มีกิจกรรมการแสดงด้านวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยี่ยมชมและพักผ่อนหย่อนใจ มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ของชุมชน

สุกัญญา กิมเปี่ยม (2551) ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ อยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพที่เหมาะสมมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติ ได้แก่เรื่อง การจัดสวน ความร่มรื่นของประติมากรรม คือ เทวรูปพระคเณศ และพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว แนวทางพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ ได้แก่ ควรปรับปรุงคูน้ำล้อมรอบพระราชวังสนามจันทร์ และควรติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเพิ่มออกซิเจนในน้ำ ควรจัดแสดงพระราชประวัติและพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวให้มากกว่าที่จัดแสดงอยู่ ควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านบุคลิกภาพ ด้านการให้บริการ และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ควรมีการจัดฝึกอบรมภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ

ให้แก่เจ้าหน้าที่ ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ที่พบ ได้แก่ ด้านบุคลากร ปัญหาเกี่ยวกับความเที่ยงธรรม ด้านการเงิน งบประมาณ เกี่ยวกับการบำรุงซ่อมแซม โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรจัดให้เจ้าหน้าที่ที่มีโอกาสได้ไปศึกษาเรียนรู้และดูงานต่างประเทศ หรือนอกสถานที่ ควรมีงบประมาณในด้านการปฏิบัติหน้าที่ ควรจัดรถรับส่ง และควรมีการจัดประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพระราชวังสนามจันทร์ให้มากกว่านี้

สมประสงค์ อ่อนแสง (2551) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของวัดจังหวัดมุกดาหาร เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมผลการวิจัยพบว่า วัดจังหวัดมุกดาหารมีศักยภาพในการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพียงพอ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และกิจกรรมเด่นที่มีลักษณะเฉพาะที่เน้นการปฏิบัติทางด้านจิตใจ การศึกษาประวัติความเป็นมา ศิลปกรรมเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การพักผ่อนหย่อนใจ และการชมทัศนียภาพที่สวยงาม ร่มรื่น รวมทั้งการรักษาสืบทอดประเพณีท้องถิ่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพเส้นทาง ลักษณะการเดินทาง ระยะทางจากตัวเมือง ไปยังแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พักการบริการสาธารณสุขปลอดภัย ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ระบบไฟฟ้าประปา โทรศัพท์ การประชาสัมพันธ์ และความพร้อมของบุคลากร ที่มีขีดความสามารถในการรองรับเพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังมีปริมาณน้อยจึงไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด ชาวบ้านในชุมชนก็ยังมีความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมนั้น ไม่ได้สร้างความรำคาญแต่อย่างใด สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวเหล่านี้

พนมพร สารสิทธิยศ (2552) ผู้ไทย แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โสมสเดย์) จังหวัดมุกดาหาร พบว่าสภาพปัจจุบันของหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โสมสเดย์) จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ด้านที่พักอาศัย ที่พักอาศัยมีโครงสร้างแข็งแรง ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องส้วม และห้องครัวสะอาดพร้อมสำหรับการใช้ ด้านอาหาร มีการปรุงอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ และอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารพื้นบ้าน ด้านวัฒนธรรม มีการแต่งกาย มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ ของตนเองมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันระหว่างเจ้าบ้านนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ มีร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน และจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า OTOP ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีโบราณสถานซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีกิจกรรมท่องเที่ยว และกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการจัดพิมพ์ทำคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวแบบโสมสเดย์ และจัดทำเว็บไซต์ สำหรับปัญหาปัจจุบัน พบว่า ด้านที่พักอาศัย จำนวนที่พักไม่เพียงพอกรณีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ฤดูร้อนอากาศร้อนจัด ฤดูฝนมีแมลงรบกวน ด้านอาหาร นักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างภูมิภาคบางส่วนรับประทานอาหารพื้นบ้านไม่ได้ ด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่เข้าใจวัฒนธรรมพื้นบ้านบางอย่าง เช่น พิธีกรรมรักษา

โรคแบบผู้ไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวตะวันตกในการผลิต ชาวผู้ชำนาญการเฉพาะในการผลิต ด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว บางส่วนทิ้งขยะในสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านส่วนใหญ่ชาวผู้รู้ ในการจัดทำเว็บไซต์ หน่วยราชการไม่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่ และขาดงบประมาณ ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โสมสเดย์) จังหวัดมุกดาหาร พบว่า แต่ละหมู่บ้านมีการจัดการด้านที่พักอาศัย ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวผู้ไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ในหมู่บ้านวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่ผู้ศึกษาวิจัยได้พบทวนที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญของการศึกษา การพัฒนาศักยภาพและการจัดการทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา และทำให้ทราบข้อมูลการยืนยันทางปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การจัดการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่โดยบทที่ 3 จะนำเสนอระเบียบวิธี วิจัยของการวิจัยนี้เป็นลำดับต่อไป

14.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Michael Moerman (1968) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเนื่องจากหมู่บ้านได้รับ นวัตกรรมทางการผลิตของชนชาติพันธุ์ลัวะ ณ หมู่บ้านบึง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ได้พบว่า หมู่บ้านแห่งนี้เมื่อมีการขยายพื้นที่ทำกิน และได้มีการติดต่อกับชาวเมืองทำให้มีการเปลี่ยนแปลง วิธีการผลิตและความสัมพันธ์กับชุมชนภายนอก ชาวลัวะได้เปลี่ยนแปลงการเพาะปลูกแบบดั้งเดิม ซึ่งใช้คันไถมาใช้รถแทรกเตอร์ การใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ และการเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ที่เหมาะสมกับ พื้นที่ การดำเนินธุรกิจแบบใช้เงินสด ทำให้หมู่บ้านต้องพึ่งพากับชุมชนเมืองมากขึ้น สำหรับ ความสัมพันธ์ทางสังคม ได้เปลี่ยนแปลงจากความสัมพันธ์แบบปฐมนิคมมาเป็นการผลิตได้เปลี่ยน จากการเลี้ยงชีพมาผลิตเพื่อการค้าลักษณะการทำงานแบบช่วยกันทำอย่างสนุกสนานเป็นแบบ เองจริงเอาจริง

Steven Picker (1975) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงในสถาบันเครือญาติในสังคมชนบท บ้านอ้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสารทางประวัติศาสตร์ การสอบถาม และการสัมภาษณ์ ได้พบว่าผลของสนธิสัญญาบาวริงซึ่งไทยได้ทำกับอังกฤษในสมัยรัชกาลที่ 4 ทำให้ตลาดข้าวของไทยขยายออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ ทำให้ต้องเพิ่มปริมาณการผลิตสูงขึ้นกว่า แต่ก่อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบายนั้น คือ ความต้องการแรงงาน การบุกเบิกพื้นที่เพื่อใช้ ในการปลูกข้าวในช่วง พ.ศ. 2393-2493 แต่ได้หยุดชะงักเพราะที่ดินมีจำกัด และมีการเพิ่มสูง

ประชากรอย่างรวดเร็ว ผลของการขยายตัวของระบบการผลิต การค้า และการเจริญเติบโตของประชากรมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับหมู่บ้าน โดยเฉพาะสถาบันเครือญาติ กล่าวคือ ชาวบ้านไม่มีที่ทำกัน เริ่มมีความคิดในเรื่องความแตกต่าง (Social Distinctions) ในหมู่บ้านที่เมืองที่ไม่มีที่ดิน การแลกเปลี่ยนแรงงานกลายมาเป็นการจ้างแรงงานที่ต้องตอบแทนด้วยตัวเงิน นอกจากนี้ทำให้การเลี้ยงดูเด็กเปลี่ยนแปลงไป ลูกคนโตหรือคนรองจะทำหน้าที่เลี้ยงน้องแทนแม่ซึ่งใช้เวลาในการหารายได้จากการรับจ้างหรือค้าขาย

Xie (2004) ได้วิจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ไหหลำ ประเทศจีน (Authenticating Cultural Tourism: Folk Villages in Hainan, China) จากการวิจัยพบว่า การไปเที่ยวที่ไหหลำเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมประจำเผ่าที่สืบทอดต่อกันมา ในขณะเดียวกันก็มีการพิจารณาว่ามีความเหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่ นักวิจัยได้ทำการวิจัยโดยแสดงให้เห็นว่า เกาะไหหลำเป็นสถานที่เปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรมอันเก่าแก่ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือ การนำเอาวัฒนธรรมของชนเผ่าลี ในเกาะไหหลำ ประเทศจีน พัฒนาให้เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คนที่เข้ามามีบทบาทสำคัญคือ รัฐบาล นักลงทุนนักท่องเที่ยว และกลุ่มชนพื้นเมือง โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการพัฒนา ปี ค.ศ. 1989 เกี่ยวกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้า วิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ตัวการที่เก็บรักษาวัฒนธรรมความมีเสรีภาพของชนเผ่า และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ แม้ว่าวัฒนธรรมหลายอย่างค่อนข้างจะสมบูรณ์และสวยงาม มีเอกลักษณ์แต่นักลงทุนบางคนมีความคิดเห็นขัดแย้ง ก่อความตึงเครียดในกลุ่มนักลงทุน เนื่องจากรัฐบาลสนใจเรื่องเสรีภาพของประชาชนมากกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ฝ่ายนักลงทุนเข้าใจในเจตนาของชนเผ่าผิดไปว่าพวกเขาต้องการงานและเงิน แต่พวกเขาต้องการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมของพวกเขามากกว่า งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ดีอยู่แล้วไม่ควรจะไปให้ใครประเมินค่าเพื่อทำให้เกิดความสนใจ อีกทั้งเกาะไหหลำนี้ ควรยึดความเป็นธรรมชาติและเอกลักษณ์ของตนเองไว้ไม่ควรยึดมาตรฐานพื้นฐานการพัฒนา

Sabahat Anjum (2005) ได้ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของปากีสถานและการพัฒนาในอนาคต การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวในปากีสถานและวิธีการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการปรับปรุง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจ และส่งอื่นๆของประเทศ ซึ่งจะเน้นพื้นที่หลักๆ ของการท่องเที่ยวทั่วทั้ง ซึ่งจะเน้นศึกษาไปพร้อมกับการศึกษาที่มาของปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวในประเทศ วิธีการหลักของการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีการวิจัยเพิ่มเติมผ่านแหล่งข้อมูลออนไลน์ และข้อความที่มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับการศึกษาการท่องเที่ยวของประเทศที่มีพื้นหลังทางวัฒนธรรม

และศาสนาที่คล้ายคลึงกัน การค้นพบสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพอันยิ่งใหญ่สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศปาเลสไตน์ที่จะต้องพัฒนาให้เกิดความก้าวหน้าของประเทศ และการศึกษารั้วนี้อ้างอิงแนวทางของ 3 ประเทศที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ผลการวิจัยกลยุทธ์ และนโยบายที่ใช้โดย อินเดีย อียิปต์ และ UAE พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมที่ใช้บริการนักท่องเที่ยว และการบริการที่มีส่วนร่วมทำให้นักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

Howard, Paul Jason (2006) ได้ศึกษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ภาคใต้ของจีน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม หรือทางการเมือง ในชุมชนชนกลุ่มน้อย และระดับภูมิภาค ผลกระทบอาจมีมากขึ้นเนื่องจากการที่มีอยู่ก่อนของ โครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม แม้กระทั่งการท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก และได้ถูกกำหนดอยู่ในบริบทของท้องถิ่น เช่นในชุมชนของชนกลุ่มน้อยภาคใต้ของจีน การท่องเที่ยวการพัฒนาเป็นกระบวนการที่แตกต่างกันของการพัฒนาในระบบ และนอกระบบ การพัฒนาอย่างเป็นทางการ โดยทั่วไปต้องใช้ทุนสูง ในทางตรงกันข้าม การพัฒนาแบบนอกระบบ เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก และคนในครอบครัว หรือชุมชน การทำงานนอกระบบนี้ยังอาจนำไปใช้ได้ทั่วไป ประเภทของนักท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์ จากการให้บริการโดยทั้งสองระบบที่แตกต่างกัน เป็นสมดุลระหว่างสองระบบ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และทั่วทั้งพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลง และขนาดของผลกระทบที่สร้างขึ้น โดยการท่องเที่ยวต่อชุมชนทำให้กระบวนการในภาคการผลิตเกี่ยวข้องกับบทบาท (หรือการขาดความแน่นอนของบทบาท) ของชนกลุ่มน้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ในท้องถิ่นของตน และชุมชน นอกจากผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีต่อ สังคม วัฒนธรรม และแม้แต่ผลกระทบต่อชุมชน เช่นเดียวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคม ผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลจากการพัฒนาที่แตกต่างกัน ของในระบบ และนอกระบบ ในช่วงเวลา นอกจากนี้โดยเฉพาะในพื้นที่ชนกลุ่มน้อยจะเกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสังคม วัฒนธรรม มีการผสม และขอบเขตของผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งไม่สามารถเพียงพอที่จะพิจารณาในการแยก

Lu (2006) ได้ศึกษาอำนาจการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ การวางแผนของเกาะแห่งหนึ่งที่มีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมในประเทศไต้หวัน พบว่าเกาะหลันยูซึ่งมีประชากรดั้งเดิมคือชาวยามิใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมแต่เผชิญกับความกดดันจากนโยบายการอนุรักษ์ธรรมชาติ การกลมกลืนทางวัฒนธรรมกระแสหลักและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อประเมินผลกระทบจากด้านต่างๆ 3 ด้าน สรุปได้ว่า ให้มีข้อเสนอแนะเป็นกลยุทธ์ในการวางแผนและพัฒนาเกาะหลันยูเพื่อให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของคนพื้นเมืองดั้งเดิมชาวลันยูสามารถอยู่ได้

Tao, Teresa Chang-Hung (2006) ได้ศึกษากลยุทธ์การการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชนพื้นเมือง กรณีศึกษาจากประเทศไต้หวัน พบว่าแสดงให้เห็นว่าวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม Cou และโครงสร้างทางสังคมแบบดั้งเดิมที่มีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดเปลี่ยนวิถีชีวิตของ Cou จากการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในอดีต ถูกเชื่อมโยงมากขึ้นกับระบบเศรษฐกิจตลาดโลกในปัจจุบัน ที่มาจากความหลากหลายของปัจจัยภายนอก และภายใน (เช่น นโยบายประวัติศาสตร์, การเมือง, สภาพเศรษฐกิจมหภาค) ส่งเสริมการท่องเที่ยวอุตสาหกรรม และการพัฒนาทางวัฒนธรรมโดยรัฐบาลในปีล่าสุดได้ให้คนพื้นเมืองที่มีโอกาสใหม่ (การท่องเที่ยว) ในการที่พวกเขาสามารถใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมของพวกเขาเป็นประโยชน์ นอกจากนี้จะเป็นสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรม มีผลมากสำหรับสิ่งที่ทำ และการกระจายของผลประโยชน์ในหมู่บ้านทั้งสอง การจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ และวิถีของกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนตัวเอง การท่องเที่ยวได้รับการจดทะเบียนเป็นวิถีชีวิตของหมู่บ้านทั้งในรูปแบบของการจ้างงาน และองค์กรส่วนรวม และส่วนบุคคลต่างๆ (เช่น ร้านอาหารโฮมสเตย์, คาเฟ่, ร้านค้าหัตถกรรม และตั้งแคมป์) กิจกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพทั้งในการเสริม และการแข่งขันกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในรูปแบบต่างๆ ความขัดแย้งระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และกิจกรรมอื่นๆ อาจจะไม่ชัดเจนในแง่ของการใช้ประโยชน์จากที่ดิน น้ำ และเวลา สิทธิประโยชน์ และค่าใช้จ่ายของกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละที่โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน (ส่วนใหญ่อายุ และเพศ) แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน กรอบวิถีชีวิตที่ยั่งยืนคือการตรวจสอบ และใช้การประเมินบริบท และรูปแบบการท่องเที่ยวที่อาจนำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน สถาบัน และกระบวนการ โครงสร้างขององค์กรเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่กำหนดว่าสินทรัพย์ที่แตกต่างกันที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน จะสะสมหรือหมดไปและแนวโน้มของชุมชน จากการเปรียบเทียบทั้งสองกรณีพบว่าในบริบทของเศรษฐกิจตลาดทุนนิยม ที่คนติดตามผลประโยชน์สูงสุดของแต่ละสถานการณ์ต่อไปนี้มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ผลอย่างยั่งยืน (ทางสังคมวัฒนธรรมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม) ในบริบทของของชุมชนพื้นเมือง นั่นคือผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีการดำเนินการผ่านสถาบันการศึกษาที่มีกลไกของชุมชน และผ่านการทำงานมีประสิทธิภาพขององค์กรชุมชนบนพื้นฐานของความรู้ร่วมกันแนะนำโดย วัฒนธรรมของCou ความคิดในการดำรงชีพอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่มีความหมายกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ และการปฏิบัติสำหรับแนวทางการศึกษาของสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นความหมายของการบูรณาการสามรูปแบบของการคิด ความคิดทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นความยั่งยืนของการคิดการพัฒนาที่เน้นการผลิตและการเจริญเติบโต และความคิดในการดำรงชีพ ซึ่งเน้นการยังชีพสำหรับผู้ยากไร้ วิธีการอำนวย

ความสะดวกในการตรวจสอบความเป็นจริงของคนในพื้นที่ชนเมือง และคนยากจนในพื้นที่ชนบท และห่างไกล วิธีการที่จะมุ่งเน้นเกี่ยวกับผลกระทบในท้องถิ่นของการเปลี่ยนแปลงตระหนักถึงความซับซ้อนของชีวิตของผู้คนที่คนที่รับทราบว่ามีความทุกข์ในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน และมีความซับซ้อน และบางครั้งผลประโยชน์ที่อยู่ที่ถูกกำหนดโดยชุมชนชายขอบของตัวเองมันรับทราบพลวัตของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ : ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และคนที่รองรับการเรียนรู้จากการเปลี่ยนแปลง และการวางแผนการปรับตัว และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง จะมุ่งเน้นการรองรับความรู้ดั้งเดิม และทักษะในการสร้างเงื่อนไขให้กับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดี จะช่วยในการเข้าใจว่าองค์ความรู้แบบดั้งเดิม และนวัตกรรมให้พื้นฐานสำหรับการพัฒนาการจัดการจัดการและกลยุทธ์ในการปรับตัว กรอบการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน มีประโยชน์เพราะสถานที่ที่สนใจของคนในท้องถิ่น วิธีการดังกล่าวประกอบด้วยการทำงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนพื้นเมือง และวิธีการสำรวจผลกระทบต่อการพัฒนาเชิงบวก

Yang, Li (2007) ได้ศึกษาการวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ กรณีศึกษาจากสิบสองปันนา ยูนนาน จีน พบว่าการพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเพื่อช่วยการอนุรักษ์มรดกทางชาติพันธุ์ อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวชาติพันธุ์มีศักยภาพจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมนอกจากนี้ยังสามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมวิถีชีวิตและความรู้สึกของตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ มีการเจริญเติบโตความกังวลในหลายสถานที่เกี่ยวกับวิธีการเพื่อความสมดุลของการใช้เชื้อชาติเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการป้องกันของวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย และการส่งเสริมความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ วิธีการวางแผนสถานที่ท่องเที่ยวชาติพันธุ์หรือการจัดการกับผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน การวิจัยครั้งนี้อยู่ที่จำเป็นสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวางแผน สำหรับการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์โดยการสำรวจสถานะและการเพิ่มประสิทธิภาพของการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาท่องเที่ยวชาติพันธุ์ท่องเที่ยวชาติพันธุ์ในเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักกันดีชาติพันธุ์ในประเทศจีน สิบสองปันนา ยูนนาน ดังนั้นความสมดุลระหว่างการใช้งานของการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ของวัฒนธรรมที่ควรจะมีการวางแผนการท่องเที่ยว การวางแผนมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อบรรเทาผลกระทบและเพื่อเสริมสร้างด้านบวกของการท่องเที่ยวชาติพันธุ์

Alavanh Phanthavong (2009) ได้ศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในท้องถิ่น กรณีศึกษาในหมู่บ้านเจียดโง้งในบริเวณ เขตป่าสงวนเซเปียน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเจียดโง้งมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของท้องถิ่นและ อื่นๆ ด้านสิ่งแวดล้อมปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม

ในรูปแบบทั้งบวกและลบ อย่างไรก็ตามผลในเชิงบวกของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขเปียน พบว่ามีความสำคัญมากกว่าผลกระทบของที่สำคัญผู้อยู่อาศัยเขียดโง้งแสดงออกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคตของการท่องเที่ยว เขิงนิเวศและมีการอ้างว่าผลกระทบเชิงลบใดๆ ที่ไม่สามารถกีดกันความปรารถนาของพวกเขาสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ งานวิจัยนี้ยังพบว่า ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ในโครงการสามารถที่จะให้ความหลากหลายของกลยุทธ์สำหรับแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นไปพร้อมกัน ผลจากการศึกษานี้ระบุสามจุดหลักที่ต้องรักษาเขเปียนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือการส่งเสริมเศรษฐกิจและการเมืองที่เสริมสร้างพลัง อำนาจของประชากรท้องถิ่นในการพัฒนาของกฎระเบียบภายในและภายนอกและการยอมรับของชุมชนตาม

Forristal (2009) ได้ศึกษาลักษณะที่เป็นเสน่ห์และแง่มุมต่างๆ ทางโอกาสการใช้วัฒนธรรมเป็นฐานสำหรับการท่องเที่ยวของเมืองโปรเฟต (Perceived Attractiveness and Dimensionality of Culture-Based Tourism Opportunities for Prophetstown) มีสาระสำคัญว่าวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมีทั้งวัฒนธรรมที่จับต้องได้และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประวัติความเป็นมาของชนเผ่าอินเดียนแดงชอว์นี กิจกรรมทางวัฒนธรรม แหล่งวัฒนธรรม งานมหกรรมการทำอาหารและการเล่านิทานพื้นบ้าน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความเป็นวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น อันได้แก่ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ความหลากหลายด้านกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การประกอบอาชีพของบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจนก่อให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติสืบต่อกันมาจนกลายเป็นมรดกทางสังคม และถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน การได้ศึกษาประวัติศาสตร์ ประเพณี ความเชื่อ สถาปัตยกรรม ศิลปะ ศาสนสถาน โบราณสถาน ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และกิจกรรมชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ในหลายๆ ด้านเข้ามาสนับสนุน เช่น ความพร้อมระบบสาธาณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยวความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว การบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เด่นชัด ความร่วมมือในการรับผิดชอบสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน