

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน จังหวัด นครพนม” มีแนวคิด ทฤษฎี และการเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมาย ของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิง เริงร่า เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2) เดินทางด้วยความสมัครใจ

3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหารายได้

นิตา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการคือ

1) การเดินทาง

2) การพักผ่อน

3) การรับประทานอาหารนอกบ้าน

ไพฑูรย์ พงชนะบุตร และวิลาสวงศ์ พงชนะบุตร (2536, อ้างถึงใน ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง, 2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง “การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคล และเป็นการไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์ใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบีบบังคับให้เดินทาง

อิทธิวัตร ศรีสมบัติ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางศิลปวัฒนธรรม การประชุม การแสดงและอื่นๆ การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางสถานที่ที่ตนพำนักอยู่ไปสถานที่อื่น เป็นการชั่วคราว

2) วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวต้องไม่ใช่การประกอบอาชีพ หรือหารายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นการเดินทางไปเยี่ยมญาติ การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมงานเทศกาลหรือประเพณีต่าง ๆ การไปรักษาโรค การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางไปศึกษาวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของ ชนชาติอื่น เป็นต้น

3) การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่ถูกบีบบังคับ

4) การเดินทางท่องเที่ยวต้องใช้เวลาไปกลับมากกว่า 24 ชั่วโมง (ต้องมีการพักค้างคืนในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง) และไม่มากกว่า 60 วัน



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่.....1.1.ม.ค. 2556
เลขทะเบียน.....208807
เลขเรียกหนังสือ.....

2.1.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

Mill (1990 อ้างถึงใน ชลธิรสน์ ไชยประสิทธิ์ และพงศ์พันธุ์ ศรีธาทิพย์, 2550) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีไมตรี

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 3 ประการ หรือ 3A's ดังต่อไปนี้คือ

1) ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของแหล่งที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป เยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ ก็ชอบที่จะไปภูเขาหรือหาดทราย นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็มีส่วนดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2) เส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่必须有เส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือหรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่必须有สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยว นั้นให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่ท่องเที่ยว นานวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวหมายถึง สรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการประชาชนของตนเอง แล้วถือเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปรับปรุงจาก McIntosh & Goeldner และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ภาพลักษณ์ และราคาของการเข้าชมหรือเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นต้น

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ตลอดจนประเภทและรูปแบบของการคมนาคมขนส่งที่เปิดให้บริการ เช่น รถประจำทาง อากาศยาน เรือโดยสาร เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวจากการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้น

4) อรรถาธิบายไมตรีของชุมชน เช่น การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างมีไมตรีจิต ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และรู้สึกปลอดภัยตลอดระยะเวลาที่พำนัก หรือท่องเที่ยวในสถานที่นั้น

2.1.3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งทีแสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยผู้ที่ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) (อ้างถึงใน ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง, 2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคมการท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้และความภาคภูมิใจ

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2536) กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิธีแห่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้น ตามที่มนุษย์มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทั้งระบบความรู้ ความคิด หรือความเชื่อจนมีการยอมรับปฏิบัติกันมาเป็นวิธีการหรือแบบแผน และมีการอบรมและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพสิ่งแวดล้อมของมนุษย์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับ

ความเป็นอยู่ของสังคม และให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีลักษณะสำคัญอยู่ 9 ประการคือ

1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าควายไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบให้น้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกิดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษา ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

คลฤทัย โกวรรณะกุล (2550 อ้างจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมตามเส้นทางหมายเลข 9 มุกดาหาร – สะหวันนะเขต” หลังจากทำการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ค้นพบโดยมากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประเภทวัด และย่านประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ในบทสรุปท้ายของการวิจัย ได้มีการนำเสนอตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบในแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ เน้นความมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ภักดิษา อภิสุภกรกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่แสดงขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และวัดวาอาราม ที่เป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมในปัจจุบัน เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนสถานหรือสำนักสงฆ์ ตลอดจนงานเทศกาลประเพณีที่สำคัญในท้องถิ่น ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเชื่อมโยงกับเทศกาลท่องเที่ยวประจำปีของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ พร้อมกับเดินทางไปเที่ยวชมงานประเพณีประจำปีของจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงใต้ทั้ง 6 จังหวัด โดยการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุดเป็นอันดับแรกและนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในจังหวัดนั้น ๆ ให้มากที่สุดภายในวันเดียว นอกจากนี้แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก็ยังเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอยากให้เกิดขึ้น เพื่อเป็นการทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถคงอยู่ได้อีกในอนาคตต่อไป

อิทธิวัตร ศรีสมบัติ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ งานประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น นอกจากนี้ได้ศึกษา “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

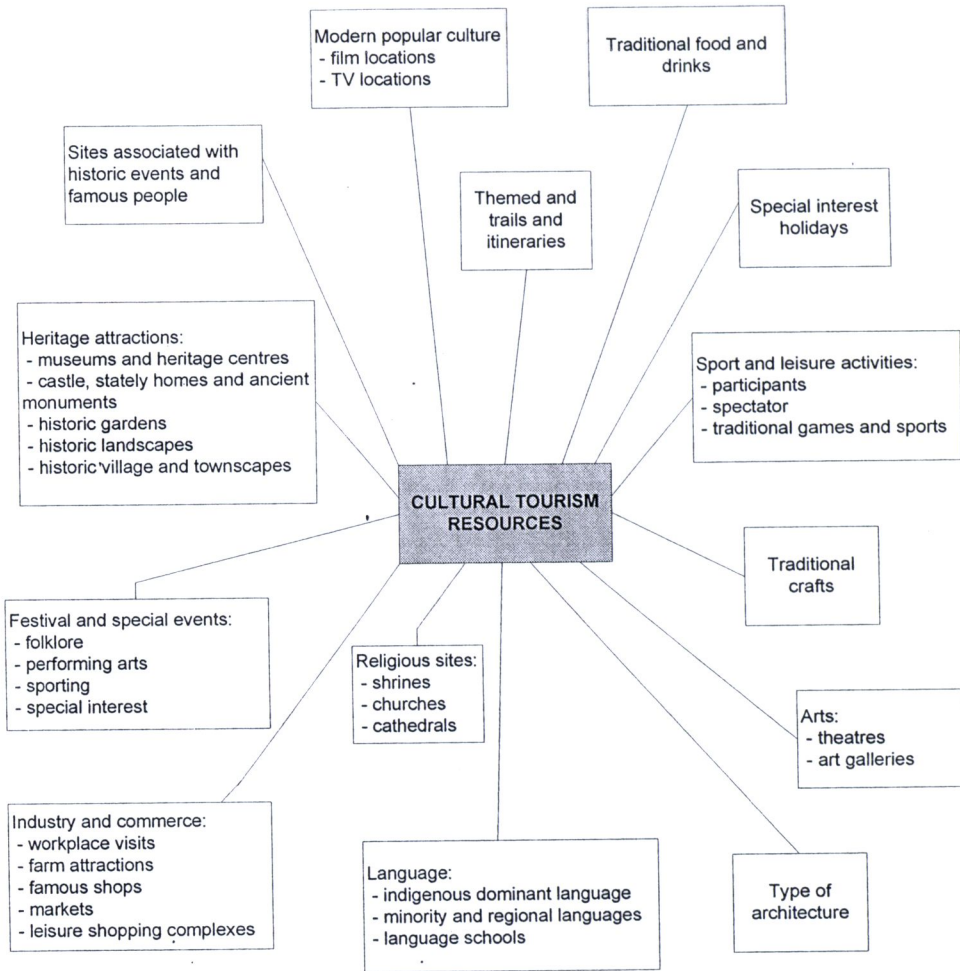
เชิงพุทธ และกำหนดยุทธศาสตร์การพึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเสนอแนะ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับชาติที่เหมาะสมกับศักยภาพที่มี รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงพุทธจัดอยู่ในประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการศึกษาดังกล่าวจึงสามารถนำมาประยุกต์เพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตจังหวัดอีสานใต้ได้

ประชุม โพธิ์ทักษิณ (2551 อ้างจาก สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2549) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้ความสนุกสนานเพลิดเพลินและเข้าใจสภาพสังคมและวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งยังมีจิตสำนึกต่อ การรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลตากแดด อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” ซึ่งหลังจากทำการศึกษาได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาไว้ 4 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสถานที่ต่าง ๆ โดยมีการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะที่สำคัญทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของสังคม ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนสถานหรือสำนักสงฆ์ ตลอดจนงานเทศกาลประเพณีที่สำคัญในท้องถิ่น

2.1.4 องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

John Swarbrooke (1998) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยอธิบายในรูปของแผนภาพ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ภาษา ศิลปะ อาหารและเครื่องดื่มของท้องถิ่น เทศกาล สถานที่สำคัญทางศาสนา ลักษณะเด่นทางสถาปัตยกรรม กิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจของสถานที่นั้น ๆ



ภาพที่ 2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (John Swarbrookes, 1998)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมี 6 ด้านดังนี้

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

- ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
- ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

- วิถีชีวิต เสื้อผ้า การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
- ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่าง ๆ
- ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม

มีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว

เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการนักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวก และได้ผลกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว

4) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว

เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยว คุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ

5) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

โดยมีการให้ความรู้ และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้ คือ

1) องค์ประกอบด้านคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เช่น แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม การออกแบบทางสถาปัตยกรรม ภาษา วรรณกรรม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน สถานที่สำคัญทางศาสนา มหรสพต่าง ๆ

2) องค์ประกอบด้านการสร้างองค์ความรู้ เช่น การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชน การศึกษาความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการตลาดการท่องเที่ยว การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่

3) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่แหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การจัดการด้านการสื่อความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ

2.1.5 กลุ่มชาติพันธุ์

1) ความหมายของชาติพันธุ์

อมรา พงศาพิชญ์ (2541) กล่าวว่า กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมนี้ มีลักษณะเด่น คือเป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน บรรพบุรุษในที่นี้ หมายถึง บรรพบุรุษทางสายเลือดและบรรพบุรุษทางวัฒนธรรม ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือดและทางวัฒนธรรมอยู่ด้วยพร้อม ๆ กันไป เป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ของบุคคลและของชาติพันธุ์ และในลักษณะเดียวกันสามารถเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์นับถือศาสนาเดียวกัน

ยศ สันตสมบัติ (2544) กล่าวว่า กลุ่มชาติพันธุ์ (ethnic groups) หรือความเป็นชาติพันธุ์ (ethnicity) มักมีการใช้กันอย่างคลุมเครือและมีนัยที่แตกต่างกันออกไปหลายประการด้วยกัน กลุ่มชาติพันธุ์ หมายถึง กลุ่มคนที่พูดภาษาเดียวกัน เป็นหน่วยทางสังคมการเมืองและระบบเครือญาติเดียวกันผ่านประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ชุดเดียวกันและมีแบบแผนทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ในเวลาต่อมา นักมานุษยวิทยาเริ่มนำเสนอแนวคิดใหม่ที่ว่าเราควรมองอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (ethnic identity) ในลักษณะที่เป็นจิตสำนึกทางประวัติศาสตร์ (historical consciousness) ในแง่นี้ความเป็นชาติพันธุ์มิใช่อะไรบางอย่างที่ถูกกำหนดจากสายเลือดโดยกำเนิด หากแต่เป็นผลมาจากการจงใจเลือก กลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มเลือกสรรคประวัติศาสตร์ของตนเอง เลือกที่จะหยิบยกเอาเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ มาตีความในลักษณะที่มีนัยสำคัญต่อชีวิตทางสังคมของตน การทำความเข้าใจกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชนกลุ่มหนึ่งจึงควรเริ่มต้นจากการศึกษาสำนึกทางประวัติศาสตร์ของชนกลุ่มนั้น

2) ความแตกต่างทางชาติพันธุ์

สาเหตุของการแบ่งแยกระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ พอจะสรุปได้ 5 ลักษณะ คือ

2.1) เกิดจากการแบ่งแยกโดยวัฒนธรรมชนชั้น

ในสังคมบางสังคมมีการแบ่งชนชั้นและคนที่อยู่ในชนชั้นต่ำที่สุด จะถือเป็นกลุ่มชนที่อยู่นอกระบบสังคมนั้น เช่น จัณฑาลในอินเดีย เอทาหรือบูราคูในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น คนที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน แต่ถูกสังคมระบุว่าเป็นคนชนชั้นต่ำ ถือว่าเป็นผู้ที่น่ารังเกียจและไม่ควรอยู่ร่วมสังคมกับสมาชิกส่วนใหญ่ ได้กลายเป็นชนกลุ่มน้อยของสังคมนั้น เป็นผู้ที่ปราศจากศักดิ์ศรี

ไม่มีอำนาจ และไม่มีสิทธิทางสังคมเท่าเทียมคนอื่น ปัจจุบัน ทั้งประเทศอินเดียและประเทศญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายยกเลิกชนชั้นจัณฑาลและบราฮ์มา แต่ในทางปฏิบัติก็ยังมีการกีดกันอยู่ความแตกต่างภายในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันนี้ ถือเป็นรูปแบบความแตกต่างทางชาติพันธุ์รูปแบบหนึ่ง

2.2) เกิดจากการแบ่งแยกจากลักษณะทางภูมิศาสตร์

กลุ่มชนที่มีชาติพันธุ์ต่างจากคนส่วนใหญ่ และตั้งถิ่นฐานอยู่ในบริเวณที่ห่างไกล เช่นชาวเขา มักจะถูกตัดขาดจากสังคมพื้นราบ โดยไม่ได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจากคนพื้นราบ ในส่วนกลาง การขาดการติดต่อสื่อสารที่ดีนี้ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดและอาจทำให้มีปฏิกิริยาต่อต้านอำนาจรัฐได้ ในกรณีของประเทศไทย รัฐบาลได้พยายามติดต่อสื่อสารกับชาวเขาอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน ความสัมพันธ์ระหว่างชาวเขากับรัฐบาลไทยจึงไม่ค่อยมีปัญหา

2.3) เกิดจากการผนวกดินแดน

การขยายอาณาเขตของประเทศใดประเทศหนึ่งโดยการผนวกดินแดนเพิ่ม อาจเกิดจากการตกลงกันตามสนธิสัญญา หรือเกิดจากการขยายดินแดนหลังจากชนะสงคราม ตัวอย่างของการตกลงตามสนธิสัญญาคือ กรณีสหรัฐอเมริกาซื้อดินแดนซึ่งปัจจุบันคือรัฐในภาคตะวันออกเฉียงใต้บางรัฐ ตามสนธิสัญญา เรียกว่า “Louisiana Purchase” ในปี ค.ศ. 1893 หรือการที่สหรัฐอเมริกาซื้อดินแดนซึ่งปัจจุบันคือรัฐอลาสกา ในปี ค.ศ. 1867 ส่วนตัวอย่างของการสู้รบระหว่างเพื่อนบ้านและฝ่ายที่ชนะสามารถผนวกดินแดนข้างเคียงเพิ่มขึ้น คือ กรณีการขยายอาณานิคมต่าง ๆ ในบริเวณแหลมทองของทวีปเอเชียได้แก่ อาณาจักรสุโขทัย ทวารวดีศรีวิชัย ล้านนา ล้านช้าง อโยธยา ฯลฯ ซึ่งสามารถขยายดินแดนให้กว้างใหญ่ขึ้นได้ โดยการยกทัพสู้รบกัน และฝ่ายที่ชนะเป็นฝ่ายที่สามารถขยายอาณานิคมได้

2.4) เกิดจากการย้ายถิ่น

ความแตกต่างทางชาติพันธุ์อาจมีสาเหตุมาจากการที่คนจำนวนหนึ่งอพยพย้ายถิ่นเข้าไปอยู่ในสังคมอื่น โดยที่คนกลุ่มนี้มีลักษณะทางวัฒนธรรมแตกต่างจากคนในสังคมที่ตนย้ายเข้าไปอยู่ รูปแบบของการย้ายถิ่นมีได้หลายรูปแบบ

2.5) เกิดจากการตกเป็นประเทศอาณานิคม

ความแตกต่างทางชาติพันธุ์ในประเทศอาณานิคม มีลักษณะแตกต่างจากกรณีต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 กรณี ทั้งนี้ เพราะอาณานิคมเกิดจากการที่มหาอำนาจเข้ามามีอำนาจในการเมืองการปกครองของประเทศอื่น ผู้อพยพเข้ามาเป็นผู้ที่มีอำนาจมากกว่า และสามารถออกกฎหมายบังคับต่าง ๆ นานา ทำให้เจ้าของประเทศ ซึ่งมีจำนวนประชากรมากกว่า มีลักษณะของผู้อยู่ใต้ปกครอง และต้องยอมจำนนต่อข้อเรียกร้องของประเทศมหาอำนาจประเทศมหาอำนาจมักจะจับจองที่ดินขนาดใหญ่ และว่าจ้างคนพื้นเมืองไปเป็นกรรมกรในไร่ นา มีผลทำให้คนพื้นเมืองมี

ลักษณะเป็นผู้อยู่ใต้การปกครอง หรือลูกจ้างในอาณัติของมหาอำนาจ ทั้ง ๆ ที่มหาอำนาจเป็นผู้บุกรุกเข้ามาในดินแดนของตน โดยทั่วไปจำนวนของผู้ที่อพยพมาจากประเทศมหาอำนาจมีไม่มากนัก แต่คนกลุ่มนี้ก็สามารถจับจองที่ดิน และทำธุรกิจจนถึงขนาดเป็นผู้กุมอำนาจทางเศรษฐกิจการเมือง และสังคมได้ อย่างกรณีประเทศซิมบับเว ปรากฏว่า ในปี ค.ศ. 1931 คนผิวขาวเป็นเจ้าของที่ดินเกือบร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด แต่ประชากร ผิวขาวมีประมาณร้อยละ 5 เท่านั้น

(อมรา พงศาพิชญ์, 2541)

3) วิธีการศึกษาชาติพันธุ์

3.1) ชาติพันธุ์วิทยา (Ethnology)

ตามความหมายของคณะกรรมการบัญญัติศัพท์สังคมวิทยา คือ การศึกษาวัฒนธรรมของกลุ่มมนุษยชาติ และบางครั้งเรียกว่า มานุษยวิทยาวัฒนธรรม วิธีการนี้เป็นวิธีการของนักมานุษยวิทยารุ่นแรก ๆ ที่ต้องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มคน หรือกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างลึกซึ้งรอบด้าน ใช้เวลาศึกษาที่ยาวนานเพื่อให้ครอบคลุมทุกเรื่อง ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รายงานเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ในลักษณะนี้เรียกว่า “ชาติพันธุ์วรรณนา” หรือ “ชาติพันธุ์พรรณนา” (Ethnography) ซึ่งมักเป็นการรายงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมของกลุ่มชนดั้งเดิมหรือกลุ่มชนที่ไม่มีตัวหนังสือ

3.2) การศึกษาเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม (Cross – Cultural Comparison)

เมื่อมีการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ แล้วจะมีการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมเชิงเปรียบเทียบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูการแพร่กระจายของวัฒนธรรม มากกว่าที่จะเปรียบเทียบว่าวัฒนธรรมใดเจริญกว่ากัน นักมานุษยวิทยายืนยันว่า สังคม วัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ มีอัตลักษณ์เฉพาะที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่และความจำเป็นของสังคมนั้น ๆ ซึ่งไม่ควรที่จะเปรียบเทียบว่าวัฒนธรรมใดดีกว่ากัน หรือเจริญกว่ากัน การศึกษาเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรมจึงเป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในกระบวนการแพร่กระจายของวัฒนธรรม โดยไม่ได้เปรียบเทียบถึงความเจริญ

3.3) การจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับชาติพันธุ์ในภูมิภาคของโลก (Human Relations Area Files)

เมื่อมีการรายงานเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ และมีความสนใจศึกษาเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม จึงเกิดการจัดทำฐานข้อมูลในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ก่อนที่ระบบคอมพิวเตอร์จะเจริญก้าวหน้ามาก ในระยะแรก การทำฐานข้อมูลเป็นการจัดเก็บข้อมูลเข้าแฟ้ม (Files) โดยจัดแบ่งโลกเป็นภูมิภาค กลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มถูกจัดหมวดหมู่ตามที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในภูมิภาค

ของโลก รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ถูกจัดเป็นหมวดหมู่ตามหัวข้อ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ความเชื่อ ครอบครัว เครือญาติ วิถีชีวิต ฯลฯ

จากการศึกษาเกี่ยวกับชาติพันธุ์สามารถสรุปแนวคิดจากการปรับปรุงจากแนวคิดของ อมรา พงศาพิชญ์ (2541) และ ยศ สันตสมบัติ (2544) ได้ว่ากลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมนี้มีลักษณะเด่นคือเป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกันและมีแบบแผนทางด้านวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ทั้งในด้านภาษา การแต่งกาย ตลอดจนประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ ในการศึกษาเกี่ยวกับชาติพันธุ์ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสาเหตุของความแตกต่างทางชาติพันธุ์ ที่จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในลำดับต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้ทำการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อประกอบการจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” ดังนี้

1. ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งทำการปรับปรุงจาก สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552), สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542), คลฤทัย โกววรรณกุล (2550) และประชุม โพธิ์ทักษิณ (2551)

1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น

2) สิ่งที่เป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยที่ปรากฏให้เห็นในสถานที่นั้น ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและเข้าใจสภาพสังคมและวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ดังกล่าว

2. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้ ซึ่งทำการปรับปรุงจาก สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552), สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542), คลฤทัย โกววรรณกุล (2550) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

1) มุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีการมุ่งเน้นถึงเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นของแต่ละชนเผ่าในจังหวัดนครพนม คือ ชนเผ่าผู้ไทย ไทยกะเลิง ไทยแสก ไทยโส้ ไทยญ้อ ไทยข่า และไทยอีสาน

2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่น ให้เกิดความรัก ความหวงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชนเผ่าของตนให้คงอยู่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมจากที่เคยเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันว่ามีความเหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไร

4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีการคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของคนในชนเผ่า ทั้งในแง่ของสังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้การท่องเที่ยวดังกล่าวจะต้องไม่กระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชนเผ่าจนสูญเสียเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของความเป็นชนเผ่าของตน

5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ความสะอาดและความปลอดภัยของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1) องค์ประกอบด้านคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เช่น แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม การออกแบบทางสถาปัตยกรรม ภาษา วรรณกรรม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน สถานที่สำคัญทางศาสนา มหรสพต่าง ๆ

2) องค์ประกอบด้านการสร้างองค์ความรู้ เช่น การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชน การศึกษาความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการตลาดการท่องเที่ยว การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่

3) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่แหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การจัดการด้านการสื่อความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ

4. กลุ่มชาติพันธุ์

1) ชาติพันธุ์ คือ กลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ภาษา ที่สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน มีลักษณะทางชีวภาพ รูปพรรณ ตลอดจนมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มอย่างเดียวกัน (ปรับปรุงจาก อมรา พงศาพิชญ์, 2541) นอกจากนี้กลุ่มชาติพันธุ์นั้นมีความผูกพันลักษณะการของเชื้อชาติและสัญชาติเข้าด้วยกัน มีความหมายเฉพาะใช้กับกลุ่มที่มีพันธะทางเชื้อชาติและทางวัฒนธรรมที่ประสานกัน

2) กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม มีทั้งหมด 7 ชนเผ่า คือ ชนเผ่าผู้ไทย ไทยกะเลิง ไทยแสก ไทยโซ่ ไทยญ้อ ไทยจ่า และไทยลาว มีประเพณีและวัฒนธรรมบางอย่างที่แตกต่างกัน เช่น การแต่งกาย ภาษา ความเชื่อและค่านิยม ทั้งนี้เนื่องจากชนเผ่าต่าง ๆ อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ต่างกัน ทำให้มีความเชื่อและวิถีการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน

3) กลุ่มชาติพันธุ์ มีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม สถาปัตยกรรมที่แตกต่างกัน ตามชนเผ่าและความเชื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

1) ความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

John Howkins (2008 อ้างถึงใน ณรงค์ชัย อัครเศรณี, 2552) กล่าวว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ เป็นวิธีการสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้สินทรัพย์ที่เป็นตัวเงิน (Capital Assets) ในปริมาณที่น้อย แต่ใช้สินทรัพย์ทางความคิด (Intellectual Assets) ในปริมาณที่มาก

ชนพล ก่อฐานะ (2552 อ้างจาก John Howkins, 2008) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry)

อภิสิทธิ์ ไส้ตรุโกล (2552) กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy คือ รูปแบบใหม่ของระบบเศรษฐกิจที่ถูกนำมาทดแทนระบบการผลิตแบบ Mass Production ที่เน้นการผลิตสินค้าจำนวนครั้งละมาก ๆ กระทั่งเกิดความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของโลกในปัจจุบัน ที่ผสมผสานวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี เข้าไว้ด้วยกัน เกิดเป็นอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญในการวางรากฐานความมั่นคงให้กับประเทศ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (ม.ป.ป.) (UNCTAD) กล่าวว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ การมาประสานบรรจบเชื่อมโยงกันของความสร้างสรรค์ วัฒนธรรมอันหลากหลาย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจ และการพัฒนาสังคมหากสังคมใดที่สิ่งเหล่านี้ผสมผสานกันอย่างลงตัวก็จะเกิดเป็น “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” ขึ้นมา การเชื่อมต่อกันของความสร้างสรรค์, วัฒนธรรม, เศรษฐศาสตร์ และเทคโนโลยี แล้วสาแตกออกมาในรูปของความสามารถที่จะสร้างสรรค์และเกิดการไหลเวียนของทุนทางปัญญา ก่อให้เกิดศักยภาพที่จะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และการส่งออก ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสังคมเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ แนวคิดที่มีวิวัฒนาการมาจากแนวคิดเศรษฐกิจบนฐานความรู้ โดยเศรษฐกิจเช่นนี้มีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมาจาก “สินทรัพย์ที่สร้างสรรค์” (Creative assets) ซึ่งมีศักยภาพในอันที่จะก่อให้เกิดความเจริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ การสร้างงานและการมีรายได้จากการส่งออก ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดโอกาสการมีส่วนร่วมทางสังคมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งเหนียวแน่นทางสังคม ความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะครอบคลุมหลายแง่มุมทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำองค์ความรู้ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และศิลปวัฒนธรรมมาผสมผสานกัน โดยเน้นการคิดที่แตกต่างเพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่ใช้เงินทุนในการลงทุนน้อยกว่า แต่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าที่มากกว่า

2) ขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ม.ป.ป.อ้างถึงใน สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน), 2553) ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก 15 กลุ่มย่อย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มรดกทางวัฒนธรรม

ประกอบด้วย สาขางานฝีมือและหัตถกรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 2 ศิลปะ

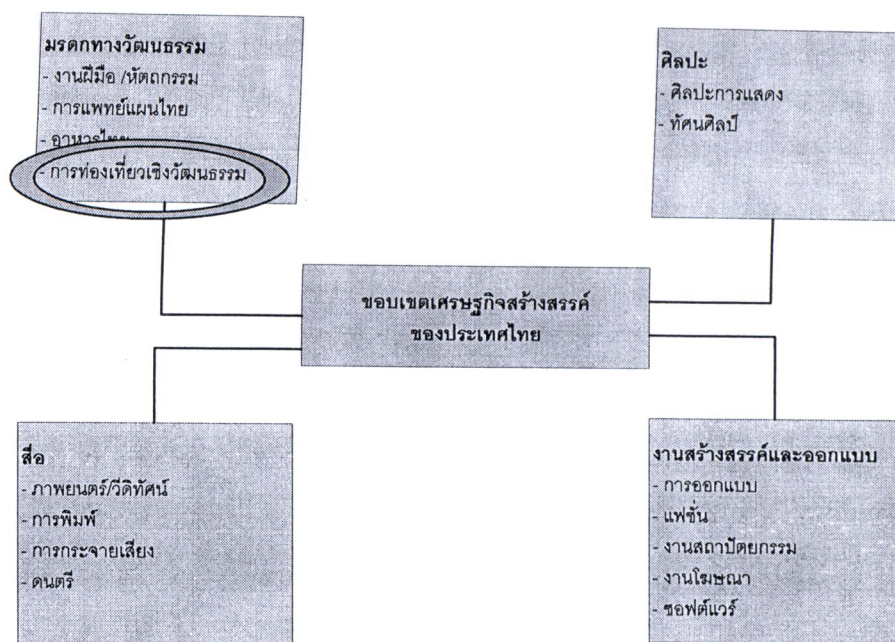
ประกอบด้วยสาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

กลุ่มที่ 3 สื่อ

ประกอบด้วย สาขาการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
ดนตรี

กลุ่มที่ 4 งานสร้างสรรค์และออกแบบ

ประกอบด้วย สาขาการออกแบบ แฟชั่น งานโฆษณา สถาปัตยกรรม ซอฟต์แวร์



ภาพที่ 2.2 กรอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย (ปรับปรุงจาก สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2553)

3) สถานการณ์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียวขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howkins คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบันแม้ว่าจะยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ถือได้ว่าเป็นการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องและต่อยอดจากแนวทางการพัฒนาด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมซึ่งได้ขับเคลื่อนการพัฒนาดังแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฉบับที่ 10 ในปัจจุบันทั้งนี้ ในระยะเริ่มต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายองค์ความรู้และสร้างความ

เข้าใจกับภาคี การพัฒนาทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนและ ขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างจริงจังและมีบูรณาการ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติและสามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม (ที่มา: www.creativethailand.org, ม.ป.ป.)

4) แนวทางพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบัน

4.1) นโยบายรัฐบาล

รัฐบาลชุดปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมาก โดยประกาศพันธสัญญา 4 ด้าน 12 ข้อ และจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน (Creative Industry Hub of ASEAN) และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้น สำหรับพันธสัญญา 12 ข้อ เพื่อให้ไทยเป็น Creative Industry Hub of ASEAN ประกอบด้วย

ด้านที่ 1 ขยกระดับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Infrastructure)

ด้านที่ 2 สร้างรากฐานและปลูกฝังความสามารถด้านการคิดและการสร้างสรรค์ ในระบบการศึกษาไทย (Creative Education & Human Resource)

ด้านที่ 3 กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Society & Inspiration)

ด้านที่ 4 ส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Business Development & Investment) (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน), 2553)

4.2) แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง (แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2: SP2)

ภาครัฐบาลนำโดยกระทรวงการคลังได้ริเริ่มโครงการไทยเข้มแข็งขึ้น โดยมีการกำหนดแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความมั่นคงรวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับภาคเกษตรและอุตสาหกรรมของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ทันสมัยของประเทศจากเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์หรือเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตลอดจนเป็นการเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและรายได้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระดับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย แผนงานพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็งครอบคลุมทั้ง 6 ด้าน คือ

1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (Cultural Heritage)

- 2) การส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม (Art and Cultural Performance)
- 3) การส่งเสริมงานช่างฝีมือ (Craftsmanship)
- 4) การส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อ และซอฟต์แวร์
- 5) การพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Product)
- 6) การส่งเสริมการออกแบบและการวิจัยและพัฒนา (Design and R&D)

แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการอนุมัติกรอบวงเงินจากคณะรัฐมนตรี จำนวน 45 โครงการ และต่อมามีการรวมกลุ่มโครงการเหลือ 39 โครงการ กรอบวงเงิน 20,134.10 ล้านบาท จากหน่วยงานรับผิดชอบ 7 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกรัฐมนตรี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ที่มา : www.oknation.net, 2552)

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อใช้ประกอบการจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” ได้ดังนี้

- เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำองค์ความรู้ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และศิลปวัฒนธรรม มาผสมผสานกัน โดยเน้นการคิดที่แตกต่างเพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ด้วยการใช้สินทรัพย์ที่เป็นตัวเงิน (Capital Assets) ในปริมาณที่น้อย แต่ใช้สินทรัพย์ทางความคิด (Intellectual Assets) ในปริมาณที่มาก (ปรับปรุงจาก John Howkins (2008))
- มีการให้ความสำคัญกับมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันหมายรวมถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของพื้นที่
- มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพเชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตผลงานที่โดดเด่น เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ให้กับระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศ
- มีการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ เพื่อกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ใหม่ เทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมที่ปรับประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม
- มีการจัดบรรยากาศและกิจกรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ความเป็นของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์
- มีการส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการต่อยอดทางความคิดเชิงสร้างสรรค์

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

UNESCO (2006) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนในท้องถิ่นนั้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องมีการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมนั้น ๆ กับนักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น

Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche Interests) และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสำคัญ

Pine and Gilmore (1999 อ้างถึงใน Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov, 2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มักจะถูกเข้าใจว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ปัจจัยพื้นฐานแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเก่าจะขึ้นอยู่กับ การเห็น การรับรู้ การไตร่ตรอง เช่น เข้าชมพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ คอนเสิร์ต เป็นต้น ส่วนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ ที่ไม่เพียงแค่สังเกตการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2553) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็น กระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ “ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ ทั้งทุนทางสังคมและวัฒนธรรม “เพิ่มค่า” คือ การเพิ่มมูลค่า และคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย “หาจุดต่าง” คือ สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นำไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ทางรัฐบาลได้ริเริ่มดำเนินนโยบายตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2552 ที่ผ่านมา โดยจะเน้นการสร้างภาคธุรกิจในด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้ เข้มแข็ง การสร้างนวัตกรรม และเน้นการนำความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรมมาเป็น จุดแข็ง

2) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ (2551) ได้ทำการแถลงนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ ดังนี้

รัฐบาลแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ระยะ คือ

- ระยะเร่งด่วน คือ เริ่มดำเนินการและมีกำหนดเวลาแล้วเสร็จในปีแรก
- ระยะบริหารราชการ 3 ปีเริ่มตั้งแต่ปีแรกเป็นต้นไป

นโยบายเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการในปีแรก คือ

- การสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น แก่ภาคประชาชนและเอกชนในการลงทุนและบริโภค
- การรักษาและเพิ่มรายได้ของประชาชน

- การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน

คำแถลงนโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ คือ เร่งสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติและเร่งรัดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ และปรับแผนงบประมาณของส่วนราชการที่ได้รับงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2552 อยู่แล้ว เพื่อใช้ในการจัดการฝึกอบรมและสัมมนาให้กระจายทั่วประเทศ รวมทั้งลดหย่อนค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 นโยบายหลัก ดังนี้

1) นโยบายเร่งด่วน

- การจัดการฝึกอบรมสัมมนาให้กระจายทั่วประเทศ รวมทั้งลดหย่อนค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) นโยบายทั่วไป

- ภาคบริการ : สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์
- จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยว
- สนับสนุนภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

3) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

UNESCO (2006) กล่าวว่า การส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย

- การพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานของคนในชุมชน
- การสร้างงานในภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- การให้คำแนะนำ
- การคมนาคมขนส่ง
- การพัฒนางานหัตถกรรมของคนในท้องถิ่น
- การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
- การสร้างความเข้มแข็งด้านนโยบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศได้ ภาครัฐต้องสร้างแรงจูงใจผ่านภาษี สินเชื่อ และการเงิน ภาคเอกชนมีหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย และการสร้างเครือข่าย เพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน

- มุ่งเน้นที่คุณภาพ ไม่เพิ่มความต้องการโดยการลดราคา

ยวดี นิรันดร์ตระกูล (2551) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการต่อยอดความคิด โดยการต่อยอดความคิด จะมีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และยังประโยชน์ในระยะยาว ก็ต่อเมื่อสังคมนั้นมี ฐานรากที่มั่นคง สมาชิกในสังคมต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีโลกทัศน์ที่เปิดกว้าง และปรับแนวคิดให้ทันยุคสมัย พลวัตการเปลี่ยนแปลงในระบบการเมืองและเศรษฐกิจที่น่าสนใจ คือ สังคมโลกกำลังเปลี่ยนจาก ยุคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial Economy) ซึ่งเป็นรูปแบบของเศรษฐกิจมีองค์กรขนาดใหญ่เป็นผู้นำในการขับเคลื่อน และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจบนฐานทรัพยากรเดิม ต่อมาสังคม ก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Economy) เป็นยุคที่กฎเกณฑ์ทางการตลาดเปลี่ยนไป การสร้างรายได้เปลี่ยนจากการสร้างค่าในตัววัตถุไปสู่ สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ เช่น คลื่นความถี่ สัญญาณดาวเทียม เป็นต้น

การนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่านั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐาน ของเทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือแรงงานจำนวนมาก แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรจะเป็นการนำปัจจัย 4 ประการ คือ “ทุน” มาบวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” และผสมเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” ทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าว นำมาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและ บริการทางการท่องเที่ยว ขั้นตอน กระบวนการ ที่ผลักดันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ

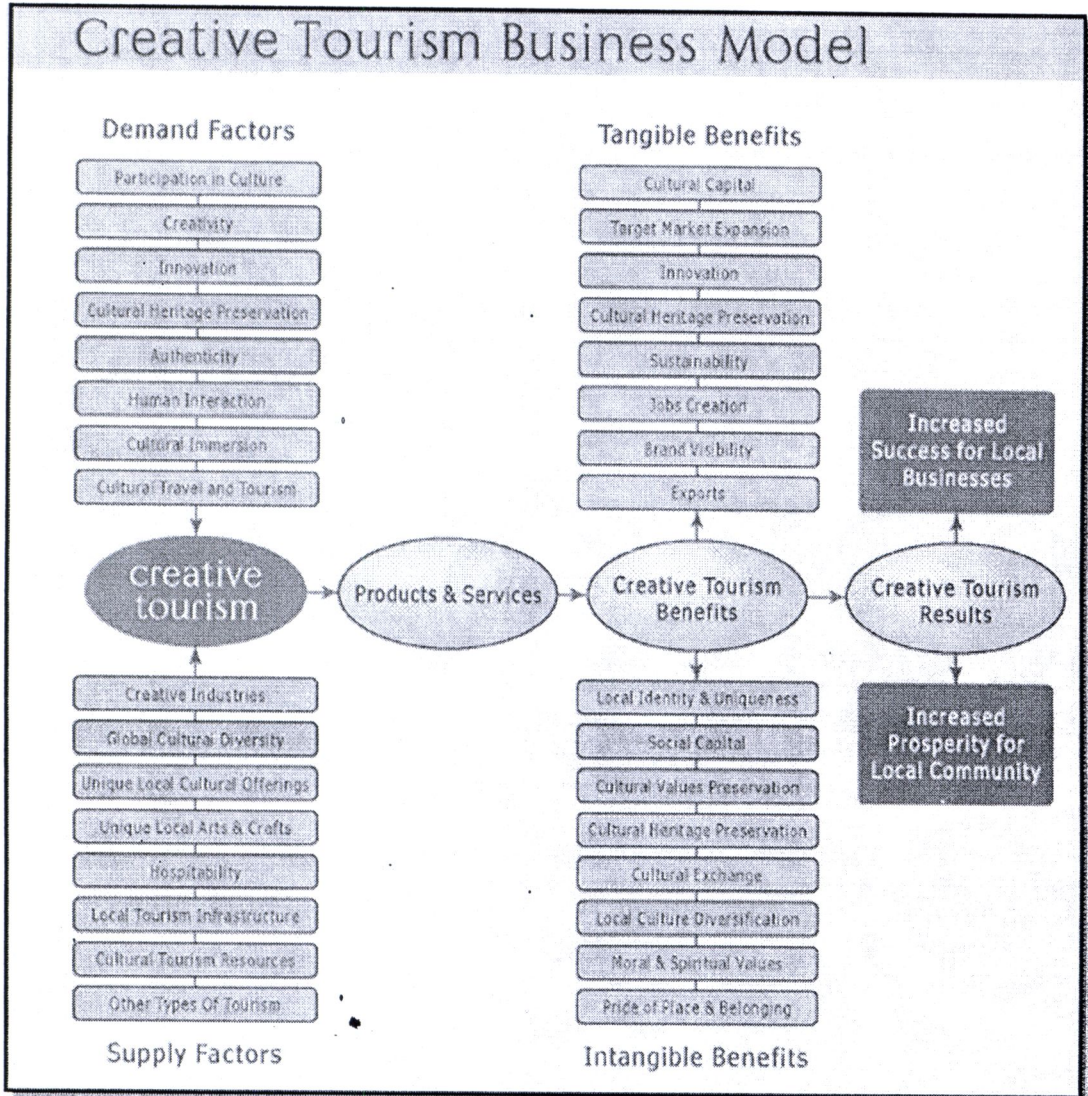
1. การสำรวจสังคมและตัวตน ครอบคลุมเรื่อง ฐานทรัพยากร Natural / Cultural Assets) เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ (Identity) ภูมิปัญญา (Wisdom) คุณค่า (Value)
2. ค้นหาความโดดเด่น ความแตกต่าง ความเฉพาะตัว ลักษณะพิเศษ (Differentiation)
3. เติมความคิดสร้างสรรค์ (Value Creation)
4. ตีความใหม่เพื่อให้เข้ากับตลาด (Redefine for Marketing)
5. คิดนอกกรอบ ทำนอกสูตร (Think out of the Box)

Greg Richards and Julie Wilson (2008) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่การท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ สร้างแรงกดดันที่ปลายทางของการท่องเที่ยวที่ต้องคิดและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในแผนงานเรื่อยๆ ตามที่ Richards และ Raymond (2000) ได้กล่าวไว้ “การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์” เป็นการพัฒนาทางการท่องเที่ยวทางด้านการสร้างประสบการณ์การบริโภคซึ่งเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตัวตน พวกเขาให้คำนิยามกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่มอบโอกาสในการพัฒนาความคิด

สร้างสรรค์ผ่านทางการกระทำและความร่วมมือในช่วงเวลาการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะส่วนตัวของที่หมายแห่งการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทุกคน

พัฒนาการของการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์นั้นมอบความท้าทายรูปแบบใหม่ให้ทั้ง นักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว เจตนาที่สำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์คือ การทำให้สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีความสร้างสรรค์เพื่อที่จะสามารถพัฒนาทรัพยากรทางด้าน วัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งเป็นหนึ่งในลักษณะพิเศษของที่หมาย (เช่น ประเพณีพื้นบ้านหรือ ความสามารถพิเศษของคนพื้นเมือง) ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่สร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว ปัญหา ไม่ใช่แค่การให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเอาตัวเองเข้าไปร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ แต่เป็นการ สร้างระบบการอยู่ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้กับผู้ผลิตจากสถานที่หมาย

Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010) ได้ทำการศึกษา เกี่ยวกับรูปแบบ ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการประยุกต์ใช้ในบัลแกเรีย ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษา ครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์กรอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแตกต่างจากหลักสำคัญของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ได้มีการวิเคราะห์รูปแบบของธุรกิจที่สามารถประยุกต์ใช้กับ เมืองขนาดเล็ก และเมืองอื่น ๆ ที่อยู่ในประเทศบัลแกเรีย ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และ การศึกษาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม จากการศึกษาดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และนำประโยชน์มาสู่ประเทศได้



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Ohridska-Olson, 2010)

นอกจากนี้ได้มีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผ่านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche Interests) และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสำคัญ

Creative tourism business model main characteristics	Traditional Cultural Tourism business model main characteristics
<i>Resource Set:</i> Based on local creative capital in constant development. Any artistic or creative process can be resource for creative tourism: from basket weaving in Egypt to samba dancing in Cuba, from guitar making, classes in Kaznaluk to repussé metalworking in New York.	<i>Resource Set:</i> based on existing cultural heritage resources with predetermined characteristics: Iconic buildings, mega cultural events, historically established brands of influence: UNESCO World Heritage List, National Monuments lists, etc.
<i>Target markets:</i> small groups and individuals with narrow niche interests	<i>Target markets:</i> large groups and individuals with general interests in culture
<i>Benefits for the cultural heritage:</i> non-destructive participation, visitors' responsibility, creation of new cultural heritage	<i>Benefits for the cultural heritage:</i> mass cultural tourism already represents a danger for many cultural heritage sites
<i>Sustainability:</i> very high, since creative tourism is based on a continuous process of creation	<i>Sustainability:</i> limited, since the resources for cultural tourism in many cases are not renewable

ภาพที่ 2.5 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยววัฒนธรรม – การเปรียบเทียบกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Ohridska-Olson, 2010)

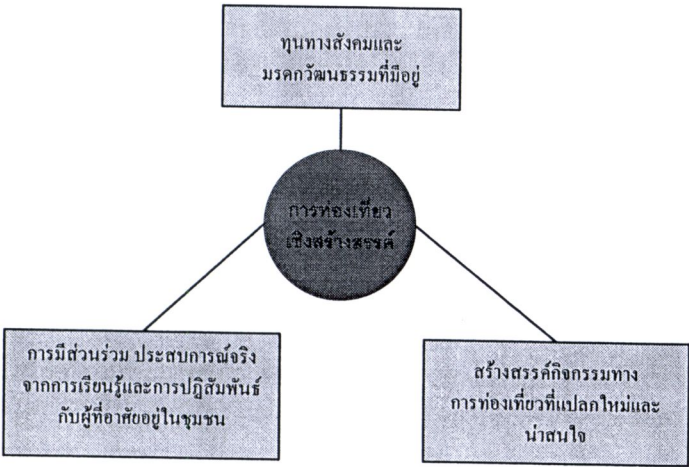
จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อใช้ประกอบการจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงจากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2553), UNESCO (2006) และ Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010) ได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของสิ่งสำคัญ 3 ประการคือ

- การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
- เน้นการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริงด้วยการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม และมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน

- การสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีการสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.6 กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ปรับปรุงจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2553)

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม

- มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของ กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม
- ประสบการณ์ การเรียนรู้ และการเข้าไปมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์กับคนในชนเผ่า
- รูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้เสมือนกับเป็นคนในชนเผ่า

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของศักยภาพ

ปรกรณ์ ปรียากร (2537, อ้างถึงใน อัญญาณี คำโท, 2549) กล่าวว่า ศักยภาพ เป็นพลังความสามารถทั้งที่มองเห็นได้และซ่อนเร้นอยู่ภายใน และยังจำเป็นต่อความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาในอนาคตอีกด้วย

Longman (1987, อ้างถึงใน อัญญาณี คำโท, 2549) กล่าวว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังความสามารถของบุคคลที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในตน หากมีการกระตุ้นจากบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมจะสามารถแสดงพลังหรือความสามารถที่มีอยู่ออกมาใช้ หรือยับยั้งพลังที่มีอยู่มิให้บังเกิดขึ้น

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น ศักยภาพ จึงหมายถึง ภาวะแฝง อำนาจ หรือ คุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ เป็นพลังความสามารถทั้งที่มองเห็นได้และซ่อนเร้นอยู่ภายใน หากมีการกระตุ้นจากบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมจะสามารถแสดงพลังหรือความสามารถที่มีอยู่ออกมาใช้ หรือยับยั้งพลังที่มีอยู่มิให้บังเกิดขึ้นและยังจำเป็นต่อความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาในอนาคตอีกด้วย

2.3.2 การประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยว

สุสรารณ์ แต่งตั้งลำ (2549) กล่าวว่า การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการชี้วัดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ก่อนที่จะทุ่มเทการวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใด ๆ เพื่อให้ดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2549) ได้กล่าวถึงกรอบในการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่าการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้น แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจแล้ว แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนทางด้านนโยบาย ด้านงบประมาณ และด้านบุคลากร จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตาม การที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการด้านการบริการ

และการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้ จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ทำให้การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วยจากแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้น ทางคณะผู้ศึกษาจึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น ความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยสำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
- ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
- ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม
- ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดได้
- ความผูกพันต่อท้องถิ่น
- ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัดได้แก่

- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
- ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวตัวอย่าง เช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย

สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้านได้แก่

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว
2. การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3. การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัดได้แก่

- การจัดการด้านการรักษาภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่
- การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดังนี้ชี้วัด ได้แก่

- การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว
- การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก
- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อจัดอันดับความสำคัญ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจอยู่ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้คือ

1. ด้านกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 2 ประเภท

1) ที่ตั้งของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมว่ามีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด และชุมชนท้องถิ่นมีความพึงพอใจและยอมรับว่ามีความเหมาะสมและยอมรับการเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

2) การเข้าถึงของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความใกล้ / ไกลจากตัวเมืองความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าไปชมทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2. ด้านคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ

1) คุณค่าทางเอกลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2) คุณค่าทางความสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความสมบูรณ์และความเป็นสภาพดั้งเดิมของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

3) คุณค่าทางสังคมของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงลักษณะเด่นเฉพาะทางสังคมที่ได้รับจากทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

4) คุณค่าทางวิทยาการและการศึกษาของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงลักษณะเด่นทางวิทยาการและการศึกษาของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

5) คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงลักษณะเด่นเฉพาะทางด้านสุนทรียศาสตร์ของทรัพยากรท่องเที่ยว

3. ด้านความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประการ

1) ความมีชื่อเสียงของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการรู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวต่อทรัพยากรท่องเที่ยว

2) ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวชมทรัพยากรท่องเที่ยว

3) ภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความรู้สึกนึกคิดและคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อทรัพยากรท่องเที่ยว

4. ด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการคือ

1) การให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงข้อมูลและวิธีการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว

2) การป้องกันอุบัติเหตุในขณะเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการป้องกันความปลอดภัยในขณะเยี่ยมชมของทรัพยากรท่องเที่ยว

3) การป้องกันการโกงราคาค่าบริการของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการการป้องกันการโกงราคาจากการให้บริการของทรัพยากรท่องเที่ยว

4) การดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนเจ้าหน้าที่และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว

5. ด้านความเปราะบางของสิ่งแวดล้อมในทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประการคือ

1) การป้องกันพื้นที่เปราะบางของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการแบ่งแยกพื้นที่ตามลักษณะความเปราะบางของสิ่งแวดล้อมในทรัพยากรท่องเที่ยว

2) การควบคุมการเข้าไปใช้พื้นที่เปราะบางของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการการควบคุมนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปใช้พื้นที่เปราะบางของทรัพยากรท่องเที่ยว

3) มาตรการทางกฎหมายในการดูแลพื้นที่เปราะบางของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการการลงโทษทางกฎหมายต่อผู้ฝ่าฝืนการควบคุมในพื้นที่เปราะบางของทรัพยากรท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อจัดอันดับเลื่อมโทรม โดยใช้หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจอยู่ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้คือ

1. ด้านขีดความสามารถรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการคือ

1) พื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงขนาดของพื้นที่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2) การวางแผนการใช้พื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการวางแผนการใช้พื้นที่ที่ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นให้มีการกระจายออกไป ไม่ให้รวมตัวอยู่ในบางตำแหน่งมากเกินไป

3) ความเปราะบางของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาการแบ่งเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นตามความเปราะบาง

4) สิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2. ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการคือ

1) การจัดการคุณภาพอากาศของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการในการจัดการคุณภาพอากาศของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การจัดการคุณภาพเสียงของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการในการจัดการคุณภาพเสียงของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

3) การจัดการขยะมูลฝอยของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการในการจัดการคุณภาพขยะมูลฝอยของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

4) การจัดการคุณภาพน้ำของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการในการจัดการคุณภาพน้ำของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประการคือ

1) การมีส่วนร่วมด้านรายได้และผลประโยชน์ของชุมชนในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงรายได้และผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินในทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้รับจากทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น

2) การมีส่วนร่วมด้านการพัฒนาและบริหารจัดการของชุมชนในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว

3) การช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชน โดยพิจารณาถึงความสามารถในการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

4. ด้านความสามารถในการพึ่งตนเองของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะ ที่สำคัญอยู่ 3 ประการคือ

1) ความคุ้มค่าของการเที่ยวชมในทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความสุขและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการเที่ยวชมทรัพยากรท่องเที่ยว

2) การจัดเก็บรายได้ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงประเภทและวิธีการจัดเก็บรายได้ของทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

3) การเลี้ยงตัวเองได้ของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงรายได้ที่จัดเก็บมีมากกว่ารายจ่ายในการดำเนินงานของทรัพยากรท่องเที่ยว

5. ด้านการบริหารจัดการของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ

1) การบริหารจัดการด้านการใช้ทรัพยากรของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการใช้ทรัพยากรและพลังงานของทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การบริการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในทรัพยากรท่องเที่ยวตามความจำเป็นและอย่างมีประสิทธิภาพ

3) การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

4) การบริหารจัดการด้านบุคลากรและงบประมาณของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการบริหารบุคลากรและงบประมาณของทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการด้านการเผยแพร่ข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยวและการสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

สันติชัย เอื้องงประสิทธิ์ (2549) กล่าวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นแรก

ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น และจากประชาชนในท้องถิ่นนั้นให้ได้ภาพรวมอย่างกว้าง ๆ ก่อนว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นมีลักษณะอย่างไร เป็นประเภทใด และสถานที่ตั้งอยู่ที่ไหน นอกจากนี้อาจขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้จากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กรมศิลปากร กรมการปกครอง เป็นต้น

ขั้นที่ 2

ออกสำรวจเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งท่องเที่ยวหลังจากที่ได้ข้อมูลเบื้องต้นแล้ว เพื่อทราบรายละเอียดของลักษณะ จุดอ่อน จุดด้อย การใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และหากแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีการใช้งานในช่วงเวลาที่จำกัด คือ ไม่สามารถเปิดให้เข้าชมได้ตลอดทั้งปี ก็ไม่สามารถเสริมด้วยกิจกรรมพิเศษเพื่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ให้มากขึ้น

ในขั้นนี้จะต้องทำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ต้องมีมาตรฐานเปรียบเทียบกับได้ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทหรือชนิดเดียวกัน ทั้งนี้ต้องมีข้อมูล ชื่อ ชนิดหรือประเภทที่ตั้ง การเข้าถึง ลักษณะเฉพาะ มีระดับการพัฒนามากน้อยเพียงใด จุดเด่น จุดด้อย ถ้าสามารถมีภาพประกอบจะเป็นการดี และมีการอธิบายสรุปย่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ แล้วถ้าทำดัชนีแหล่งท่องเที่ยวเก็บไว้ให้เป็นระบบ

ขั้นที่ 3

ทำแผนที่กำหนดแหล่งท่องเที่ยวให้เห็นชัดเจนและสามารถวิเคราะห์กับระบบการขนส่งและพื้นที่ที่มีโอกาสในการพัฒนา ในแผนที่นั้นให้มีข้อมูลประกอบอื่น ๆ ที่สามารถลงรายละเอียดในแผนที่ได้ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ถ้าเป็นข้อมูลเชิงวัฒนธรรมหากสามารถทำลงในแผนที่ได้ก็จะเป็นสิ่งที่ดี ทำให้ข้อมูลนั้นสมบูรณ์มากขึ้น

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อใช้ประกอบการจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” ได้ดังนี้

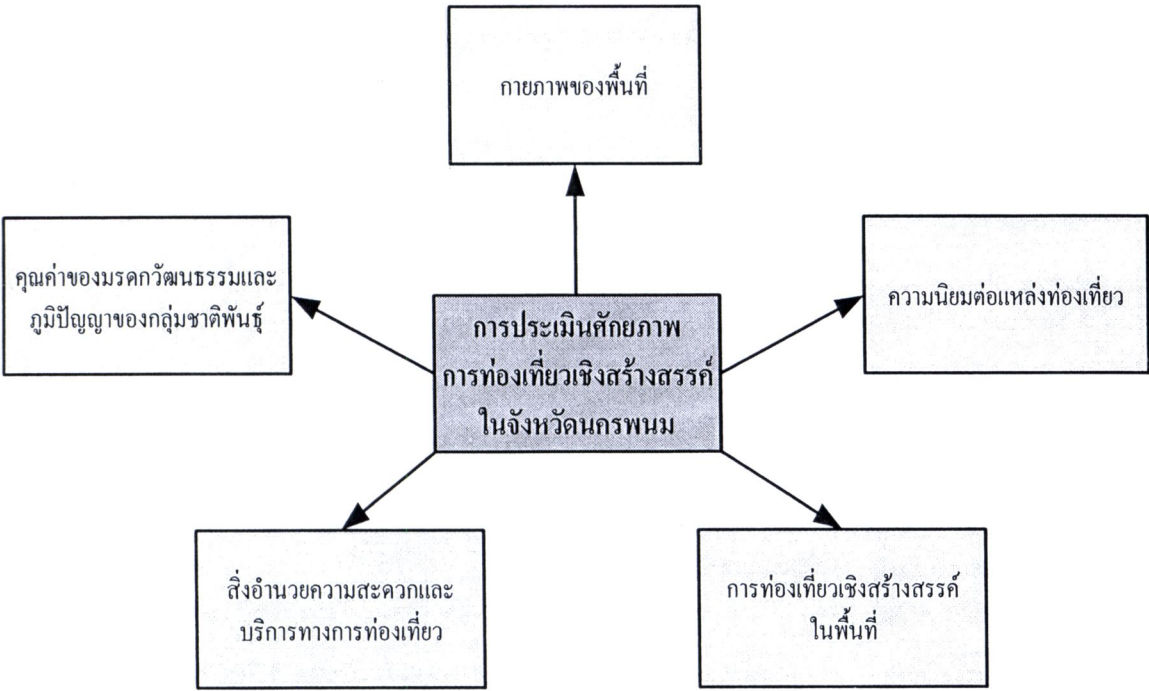
1) ความหมายของการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะทุ่มเทการวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใด ๆ เพื่อให้ดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ (ปรับปรุงจาก ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ, 2549)

2) องค์ประกอบที่สำคัญของการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบของการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม

องค์ประกอบ	รายละเอียดของการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
1. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	- ด้านประวัติศาสตร์ - ด้านสุนทรียศาสตร์ - ด้านสังคม - ด้านกระบวนการอนุรักษ์
2. ด้านกายภาพของพื้นที่	- ด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว - ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว	- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว - ด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว
4. ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยว	- ด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว - ด้านความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว - ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่	- ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยว - ด้านการเรียนรู้ที่เกิดจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว - ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.7 การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

2.4.1 นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554)

จากการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ในส่วนของแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทยในภาคบริการ คือ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค บนฐานการสร้างความแตกต่างและความชำนาญเฉพาะด้านของบริการที่สำคัญได้แก่ ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการสุขภาพ

และสปา ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจการก่อสร้างและธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

2) ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การพำนักระยะยาว การจำหน่ายซื้อสินค้า สินค้าโอท็อป และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น

3) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการด้านสุขภาพ และธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

4) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

(ที่มา: <http://www.nesdb.go.th>)



2. (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559)

(ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ ยุทธศาสตร์การสร้างฐานการผลิตที่ส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างเข้มแข็งและสมดุล คือการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดย

1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง และสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด อาทิ กลุ่มวัฒนธรรมล้านนา กลุ่มมรดกโลก กลุ่มวัฒนธรรมขอม กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ระดับสากล (ภาคตะวันออก) กลุ่มรอยัลโคสต์ (ภาคใต้ตอนบน) และกลุ่มอันดามัน (ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน) เป็นต้น

2) เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง ธุรกิจสนับสนุน และการพัฒนาเชื่อมโยงในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ รวมทั้งการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน

3) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ การพัฒนามาตรฐานความปลอดภัย การพัฒนาเครือข่ายความเชื่อมโยงของระบบคมนาคม การจัดทำผังเมือง การพัฒนาคุณภาพบุคลากร การปรับปรุงกฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เป็นต้น พัฒนาภาคการผลิตสินค้าและบริการบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการให้สูงขึ้น

นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม คือ

1) ส่งเสริมการใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ โดยพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการไทยในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม รวมทั้งสร้างรายได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความเป็นไทย และส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ เช่น Graphic design การผลิตซอฟต์แวร์ แอนิเมชัน เกมส์ ภาพยนตร์ แฟชั่น และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเพิ่มมาตรการกระตุ้น ดึงดูดบริษัทข้ามชาติให้ร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและชุมชน และประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้สมัยใหม่ และเร่งพัฒนาระบบการ

ประเมินมูลค่าสินทรัพย์ทางปัญญาเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาระบบฐานข้อมูล สื่อสาร และคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สาธารณะและพัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ ศึกษาและทบทวน กฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เอื้อต่อการพัฒนาการผลิตและบริการสร้างสรรค์ รวมทั้งผลักดันการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ

3) พัฒนานวัตกรรมให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ โดยสร้างระบบประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับภาคการผลิตให้ตอบสนองความต้องการ ของภาคเอกชน

4) ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุน

วัฒนธรรม 5 ประเภท คือ

- มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ
- เอกลักษณะศิลปะและวัฒนธรรม
- งานช่างฝีมือและหัตถกรรม
- อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์
- การออกแบบและพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาด

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

3. (ร่าง) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

(ร่าง) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มีประเด็นสำคัญดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัด ในโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การพัฒนา มาตรฐานของสินค้าบริการ ความปลอดภัย และการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประชาสัมพันธ์ ดึงงาน และจัดงานแสดงต่าง ๆ (event) โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น มีการใช้จ่ายมากขึ้น

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มุ่งเน้นให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน การกำหนดภารกิจ ขอบเขตของงาน การพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

4. แผนยุทธศาสตร์กฏีกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ.2552 - 2555

แผนยุทธศาสตร์กฏีกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ.2552 – 2555 มีประเด็นสำคัญดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1.1: การพัฒนาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การคมนาคมขนส่ง ปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก (ถนน พังเมือง สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ) โดยคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว ความปลอดภัยและมาตรฐานในระดับสากล ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับจุดเด่น เสน่ห์ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนตามศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1.2: การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1.3: การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การสร้างกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่า (Value Creation) และมูลค่าเพิ่ม (Value added) ทางการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2.1: การสร้างกิจกรรมให้มีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยอาศัยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่ม

กลยุทธ์ที่ 2.2: การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2.3: การสร้างพันธมิตรและขยายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1: การฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 3.2: การยกระดับคุณภาพของธุรกิจและการให้บริการท่องเที่ยวสู่ความเป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ 3.3: การสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวระดับชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การป้องกันและรักษาความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยว (Safety & Security)

กลยุทธ์ที่ 4.1: การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4.2: การสร้างและพัฒนากลไกการบริหารจัดการการป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

5) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

กลยุทธ์ที่ 5.1: เร่งพัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างอาชีพและรายได้

กลยุทธ์ที่ 5.2: การเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5.3: การส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานด้านการท่องเที่ยว

6) ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูสภาพลักษณะและยกระดับความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 6.1: สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว และยกระดับความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6.2: สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

7) ยุทธศาสตร์ที่ 7 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กลยุทธ์ที่ 7.1: เร่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาประเทศไทยทั้งกลุ่มตลาดเก่าและแสวงหาดตลาดใหม่ เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กลยุทธ์ที่ 7.2: สร้างการรับรู้และเข้าหานักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

8) ยุทธศาสตร์ที่ 8 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลยุทธ์ที่ 8.1: การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5. แผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2552

แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552 ถูกจัดทำขึ้นจากกรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์หลัก 3 กรอบ ซึ่งในการศึกษาเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ได้นำแนวคิดของแผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2552 มาประกอบการจัดทำแผนพัฒนา เนื่องจากนโยบายของแผนการตลาด ปี 2552 มีความต่อเนื่องกับนโยบายแผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2553 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “Amazing Thailand” ได้แก่

1) กรอบนโยบายรัฐบาล:

- เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพและยั่งยืน ทั้งในมิติ “มูลค่า” และ “คุณค่า” ด้วย

“สะดวก สะอาด ปลอดภัย”

- ให้เอกลักษณ์ที่ชัดเจนง่ายต่อการรับรู้ จดจำในลักษณะกลุ่มพื้นที่ (Cluster)

2) กรอบนโยบายคณะกรรมการ ททท.: ส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกลุ่ม

พื้นที่

3) แผนวิสาหกิจ ททท. (ปี 2551 – 2554) : ดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ โดยสร้างความแตกต่างในจุดขาย ประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการตลาดใหม่ ๆ และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปี 2552 ททท. จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทางทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้กลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล ผนวก่วมกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลยุทธ์ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและในประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน

1.1 สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความร่วมมือสนับสนุนปีท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ

1.2 ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศ: เน้นการดำเนินงานให้เกิดกระแสการเดินทางมาไทยตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการขยายผลโครงการจากเฉพาะบางพื้นที่ตลาด ไปสู่การดำเนินงานพร้อม ๆ กันในหลายตลาดหลักทั่วโลก โดยมีโครงการหลักใน 12 เดือน (โครงการอาจมีการปรับเปลี่ยนกำหนดเวลาการดำเนินงานอีกครั้งตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต)

1.3 กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มคนไทย : จัดให้มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเดินทาง อาทิ โครงการ “ท่องเที่ยวประทับใจ เพื่อไทยทุกคน” ส่งเสริมให้คนไทย 12 กลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มคนท้อง กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้พิการ กลุ่มท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยงแสนรัก กลุ่มท่องเที่ยวทางบุญ เป็นต้น โดยจัดทำคู่มือและร่วมกับพันธมิตรจัดทำรายการท่องเที่ยวพิเศษเสนอขาย และการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย

รวมทั้งสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรองคือ ภาคอีสาน ต่อจากปี 2551 ภายใต้การประกาศเป็น “ปีท่องเที่ยวอีสาน 2551-2553” โดยจะจัดงานส่งเสริมการขาย Amazing I-san Fair นำผู้ประกอบการในภาคอีสานมาออกบูชเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และจัดทำโครงการ Check in I-san ร่วมกับสื่อต่าง ๆ จัดกิจกรรมร่วมสนุกเสนอรางวัลรายการนำเที่ยวภาคอีสานและร่วมกับพันธมิตรเสนอรายการนำเที่ยวราคาพิเศษ

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

6. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2551-2554

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ม.ป.ป.) ได้นำเสนอแนวคิดและทิศทางในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของไทย ดังนี้

1) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ เป้าประสงค์

- รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- สัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้น
- ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคได้อย่างต่อเนื่อง
- ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่ามีสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน
- ประเทศไทยมีบทบาท และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์หลัก

- ส่งเสริมให้ปี 2551-2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ประทับใจไทยแลนด์
- ส่งเสริมการตลาด และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน
- เสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายพันธมิตรด้านการเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการด้านการลงทุน และด้านการตลาด
- พัฒนาระบบสารสนเทศในการบริการ และบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

2) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวและบริการ เป้าประสงค์

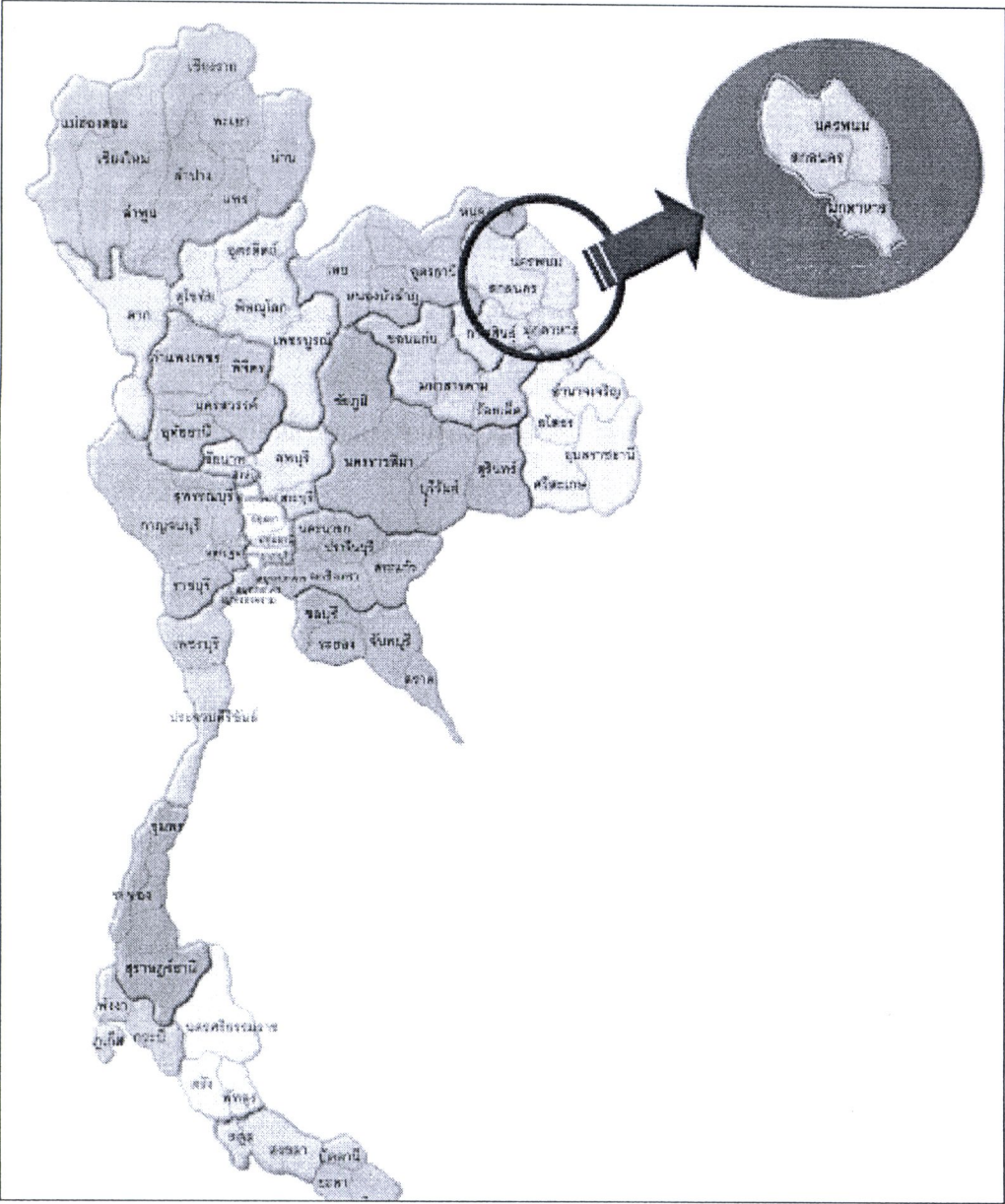
- บูรณาการและขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศให้มีเอกภาพ
- สร้างและพัฒนาระบบเชื่อมโยงกลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น
- ผลักดันสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน
- ส่งเสริมและ/หรือฟื้นฟู พัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมและ/หรือฟื้นฟู ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

กลยุทธ์หลัก

- ส่งเสริม พัฒนา และยกระดับสินค้า บริการ และมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
- เร่งพัฒนา พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพให้ได้มาตรฐาน และยั่งยืน
- ส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
- ผลักดันให้มีการปรับปรุงพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

(एमओर हनुत्तब, 2553)

7. แผนพัฒนาภูมิคุ้มกันจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จังหวัดสกลนคร นครพนม และมุกดาหาร พ.ศ. 2553 - 2556



ภาพที่ 2.8 แผนที่ตั้งกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2, 2553)

1. วิสัยทัศน์ (Vision) กลุ่มจังหวัด

“ สะพาน การค้า และการท่องเที่ยวอินโดจีน ”

(Trade and Tour Bridge to Indochina and Beyond)

2. เป้าประสงค์รวม (Objectives)

“ ความมั่นคง ความมั่นคง ”

3. ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด (Strategic Issues)

- 1) การพัฒนาการค้าและความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน
- 2) การพัฒนาการท่องเที่ยว
- 3) การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
- 4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

4. เป้าประสงค์และกลยุทธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการค้าและความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการเกษตรกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จากการศึกษาพบว่าประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ข้อ มีความเชื่อมโยงกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ดังนี้

(ปรับปรุงจาก แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จังหวัดสกลนคร นครพนม และมุกดาหาร, 2553)

ตารางที่ 2.2 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการค้าและความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาการค้าและความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน	
เป้าประสงค์	กลยุทธ์
1.1 การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่งให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพระหว่างภาคที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด	1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
1.2 การส่งเสริมเขตปลอดอากรของกลุ่มจังหวัด เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการค้า	2.พัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดน
1.3 การส่งเสริมการใช้ศูนย์กระจายสินค้าและ ศูนย์ตรวจปล่อยรถ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของกลุ่มจังหวัด	
1.4 การรวบรวมผลิตผลสินค้าเกษตรกรรมเชื่อมโยงการส่งออกผ่านการค้าชายแดน	
1.5 การกระตุ้นตลาดการค้าชายแดน	
1.6 การกระตุ้นการค้า และส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัด	3. ส่งเสริมการลงทุน
1.7 การประสานและพัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างต่อเนื่อง	4.พัฒนาและส่งเสริมด้านวัฒนธรรม และเชื่อมโยงเมืองเพื่อนมิตร
1.8 การส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการทางการค้าชายแดนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน	5.ส่งเสริมทางการศึกษาเชื่อมโยงทางการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน
1.9 การส่งเสริมด้านการศึกษาร่วมกันระหว่างนักศึกษาไทยและประเทศเพื่อนบ้าน	

ตารางที่ 2.3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาการท่องเที่ยว	
เป้าประสงค์	กลยุทธ์
2.1 การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
2.2 การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมแหล่งเรียนรู้ ศิลปะ และวัฒนธรรมร่วมกันของกลุ่มจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้าน	2.พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
2.3 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ	3.ส่งเสริมด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
2.4 การสร้างความตระหนัก และสร้างความปลอดภัย บรรเทาสาธารณภัยด้านการท่องเที่ยว	
2.5 การรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างยั่งยืน	4.ส่งเสริมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
2.6 การพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยว	5.ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์
2.7 การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว	
2.8 การพัฒนาการตลาดและกลุ่มเป้าหมายเชิงรุก	

8. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2553 – 2556)

จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะเลียบยาวตามแนวชายฝั่งขวาแม่น้ำโขงประมาณ 153 กิโลเมตร มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ประมาณ 735 กิโลเมตร ทิศเหนือติดกับจังหวัดหนองคาย ทิศใต้ติดกับจังหวัดมุกดาหาร ทิศตะวันออกติดกับแขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดสกลนคร มีพื้นที่ประมาณ 5,559.12 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,474,437 ไร่ เป็นเนื้อที่ถือครองทางการเกษตร 1,490,749 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 42.91 ที่ตั้งของจังหวัดนครพนม อยู่ในเส้นทางเชื่อมโยงเศรษฐกิจ North – South Economic Corridor และ East – West Economic Corridor

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครพนมโดยเฉพาะประเด็นการสนับสนุน การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดบทบาทของจังหวัดให้สามารถรองรับปริมาณการขนส่ง การค้าระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยว รวมทั้งการเคลื่อนย้ายแรงงาน ภายใต้ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด “Cluster 6.2” คือ จังหวัดสกลนคร นครพนม และมุกดาหาร ซึ่งมีวิสัยทัศน์ของกลุ่ม คือ “สะพานการค้า และการท่องเที่ยวอินโดจีน”

ในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดนครพนม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2553 – 2556) ได้มีการระบุยุทธศาสตร์ของจังหวัด ออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
- 2) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการค้าชายแดน
- 3) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 4) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เมืองน่าอยู่
- 5) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ซึ่งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว มีเป้าประสงค์ให้จังหวัดนครพนมเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในกลุ่มแม่น้ำโขง” โดยกำหนดกลยุทธ์ 3 ด้าน คือ

กลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว (แหล่ง/กิจกรรม/สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการด้านการท่องเที่ยว)

กลยุทธ์ที่ 2 : ส่งเสริมฟื้นฟูองค์ความรู้ทางศาสนา ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 3 : ประชาสัมพันธ์ และสร้างตลาดเชิงรุก

(ปรับปรุงจาก แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม, 2553)

ตารางที่ 2.4 กลยุทธ์การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม
ปี 2553 – 2556

กลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว (แหล่ง/กิจกรรม/สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการด้านการท่องเที่ยว)		
ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว ร้อยละ 5		
ประกอบด้วย 3 กระบวนการ		
กระบวนการ	วัตถุประสงค์	แผนงาน
1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	- เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชน	- พัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ - พัฒนาเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยว
2. การพัฒนาส่งเสริมกิจกรรมและประเพณีด้านการท่องเที่ยว	- เพื่อยกระดับกิจกรรมและประเพณีด้านการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจในระดับประเทศและนานาชาติ	- พัฒนากิจกรรมและประเพณีด้านการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
3. การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการ ด้านการท่องเที่ยว	- ยกระดับมาตรฐานการบริการ/สิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานสากล - เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว	- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว - พัฒนาคุณภาพและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ - พัฒนาศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล - ยกระดับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว - สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.5 กลยุทธ์การส่งเสริม/ฟื้นฟู องค์ความรู้ทางศาสนาและศิลปวัฒนธรรม
จังหวัดนครพนม ปี 2553 – 2556

กลยุทธ์ที่ 2 : ส่งเสริม/ฟื้นฟู องค์ความรู้ทางศาสนาและศิลปวัฒนธรรม		
ตัวชี้วัด : ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการด้าน ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และ ประเพณี		
ประกอบด้วย 3 กระบวนการ		
กระบวนการ	วัตถุประสงค์	แผนงาน
1. สืบค้นและจัดการองค์ความรู้ทางศาสนาและศิลปวัฒนธรรม	- เพื่อค้นหาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสศึกษาเกี่ยวกับศาสนาและศิลปวัฒนธรรม	- พัฒนาและเผยแพร่แหล่งเรียนรู้ด้านศาสนาและวัฒนธรรม
2. ปลุกฝังค่านิยมความเชื่อด้านศาสนาศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น	- เพื่อให้ประชาชนได้เกิดความรักในและวัฒนธรรมท้องถิ่น	- สร้างเครือข่ายด้านศาสนาและวัฒนธรรม
3. เผยแพร่คุณค่าของศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและงานประเพณี	- เพื่อให้ศาสนาและศิลปวัฒนธรรมได้รับการเผยแพร่ไปสู่สาธารณชน	- เผยแผ่ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ตารางที่ 2.6 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และสร้างตลาดเชิงรุกทางการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม
ปี 2553 – 2556

กลยุทธ์ที่ 3 : ประชาสัมพันธ์ และสร้างตลาดเชิงรุก		
ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน ร้อยละ 10		
ประกอบด้วย 2 กระบวนการ		
กระบวนการ	วัตถุประสงค์	แผนงาน
1. การประชาสัมพันธ์	- เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับทราบข้อมูลและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	- จัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว อาทิ แผ่นพับ, เว็บไซต์ และอื่น ๆ - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เส้นทาง/แหล่งท่องเที่ยว - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ทางสื่อต่าง ๆ
2. การสร้างตลาดเชิงรุก	- เพื่อเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	- เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทั้งในและต่างประเทศ (ประเทศเพื่อนบ้าน) - เสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มประชุม อบรม/สัมมนา, กลุ่มสุขภาพ กลุ่มผู้แสวงบุญ ฯลฯ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

ปรับปรุงแหล่ง	พัฒนากิจกรรม	สินค้าที่ระลึก	มาตรฐานบริการ
• พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม • สำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ • เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด • กลุ่มจังหวัด กลุ่มภาค และประเทศเพื่อนบ้าน	• ศึกษาและสำรวจความต้องการของตลาดเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย • จัดทำแผนพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย • สร้างความต่อเนื่องและสม่ำเสมอในการจัด Event เพื่อให้เกิดการจัดซ้ำ	• ศึกษาและสำรวจความต้องการของตลาดเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย • กำหนดตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตรามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับ • จัดหาตลาดรองรับสินค้าที่ได้รับตรามาตรฐาน • ตรวจสอบและกำกับดูแล คุณภาพและมาตรฐานสินค้า	• ศึกษาและสำรวจความต้องการของตลาดและศักยภาพปัจจุบันของสถานบริการและบริการอื่นๆ • ประสานสัมพันธ์และส่งเสริมการพัฒนาปรับปรุงสถานบริการและบริการอื่นๆให้ได้มาตรฐาน • ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

ภาพที่ 2.9 แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม (ปรับปรุงจาก แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม (พ.ศ. 2553 - 2556), 2553)

2.4.2 การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่มุ่งดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงและเสริมแต่งแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ที่ดีขึ้น เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 สำรวจแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประเทศหรือจังหวัดนั้นว่ามีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดอยู่บ้าง มากน้อยเท่าใด โดยดำเนินการสำรวจตรวจสอบ ศึกษา ค้นคว้าว่ามีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง แล้วจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวแยกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่

1.1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

1.2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์

1.3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของกลุ่มชนในสังคมหนึ่ง

2) ขั้นตอนที่ 2 การจัดแบ่งเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) เป็นการแบ่งพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นเขตต่าง ๆ ตามความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการและสร้างความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติที่จะเข้าไปดำเนินงานในแต่ละพื้นที่ โดยปกติการจัดแบ่งเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวมักจัดแบ่งเป็น 8 เขตพื้นที่ คือ

2.1) เขตพื้นที่บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Tourist Information Zone)

2.2) เขตพื้นที่บริการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourist Business Zone)

2.3) เขตพื้นที่นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว (Tourist Recreation Zone)

2.4) เขตพื้นที่สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ (Natural Environment Zone)

2.5) เขตพื้นที่ประวัติศาสตร์ (Historical Zone)

2.6) เขตพื้นที่หวงห้าม (Restricted Zone)

2.7) เขตพื้นที่กิจกรรมพิเศษ (Special Use Zone)

2.8) เขตพื้นที่กันชนหรือป้องกัน (Buffer Zone)

3) ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแต่ละเขตพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น รวมทั้งรักษาสภาพแวดล้อม

ให้ดี เช่นการตกแต่งเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ในแต่ละพื้นที่ กำหนดขนาดของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ในแต่ละเขตพื้นที่ กำหนดสิ่งปลูกสร้างให้เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมในแต่ละเขต เป็นต้น

4) ขั้นตอนที่ 4 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเสริมในแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นการสร้างเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเพลิดเพลินมากขึ้น โดยมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม โดยไม่สร้างผลกระทบด้านลบต่อแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมถ่ายรูปหรือวีดีโอ กิจกรรมการศึกษาธรรมชาติหรือวัฒนธรรม เป็นต้น

5) ขั้นตอนที่ 5 การประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประเมินขีดความสามารถรองรับ (Carrying Capacity) ของแต่ละเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวว่าจะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดเท่าไร เพื่อจะได้นำมากำหนดปริมาณการควบคุมและมาตรการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเขตพื้นที่นั้น ๆ

6) ขั้นตอนที่ 6 การให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการให้การศึกษาถึงความเข้าใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองและธุรกิจของตนเองที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่พนักงานของตนเอง และปลูกจิตสำนึกให้พวกเขาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

7) ขั้นตอนที่ 7 การจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้เป็นการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น แนะนำประวัติแหล่งท่องเที่ยว แนะนำเขตพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แนะนำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยว แนะนำการปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น อาจจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Information Center) หรือมีการแจกแผ่นพับเกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดทำสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ที่เป็นเครื่องมือให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ต้องทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

8) ขั้นตอนที่ 8 การจัดหางบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ เป็นการจัดหาคน เงิน วัสดุ มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น การพัฒนาพื้นที่รกร้างว่างเปล่าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือพัฒนาพื้นที่แหล่งน้ำ อ่างเก็บน้ำ ป่าชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้านที่เคยมีในอดีตและถูกลืมไปแล้วให้กลับคืนเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นต้น ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นตอนที่ 1 การสรรหาสิ่งดึงดูดใจเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของแต่ละจังหวัด โดยพิจารณาว่าสิ่งใดเป็นสิ่งดึงดูดใจหลัก และสิ่งใดควรเป็นสิ่งดึงดูดใจรองเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม

2) ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้สิ่งดึงดูดใจหลักและสิ่งดึงดูดใจรองตามลำดับแล้ว ก็ต้องมีการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว กล่าวคือ ก่อนที่จะเสนอขายบริการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ต้องมีแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเสียก่อน เช่น การติดต่อสื่อสาร สาธารณูปโภค การคุ้มครองรักษา แล้วจึงมีบริการท่องเที่ยวเสนอขายให้นักท่องเที่ยว เช่น บริการขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นันทนาการ สินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3) ขั้นตอนที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทราบผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบใหม่ และใช้บริการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4) ขั้นตอนที่ 4 จัดตั้งหน่วยงานขึ้นรับผิดชอบการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบขึ้นใหม่ เพื่อให้มีเจ้าหน้าที่โดยตรงที่คอยเร่งรัดงานพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบขึ้นใหม่ให้มีประสิทธิภาพ

5) ขั้นตอนที่ 5 จัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบใหม่ โดยจัดสรรเงินและกำลังคนอย่างเหมาะสม

6) ขั้นตอนที่ 6 ซึ่งยังมีความต้องการกำลังคนอยู่มากทั้งด้านธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนันทนาการ และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เพื่อให้คนเหล่านั้นสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้า และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว

วันดี สีสังข์ (2549) ได้ทำการศึกษาแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีความมุ่งหมายคือ 1) เพื่อหาแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ของจังหวัดกาญจนบุรี

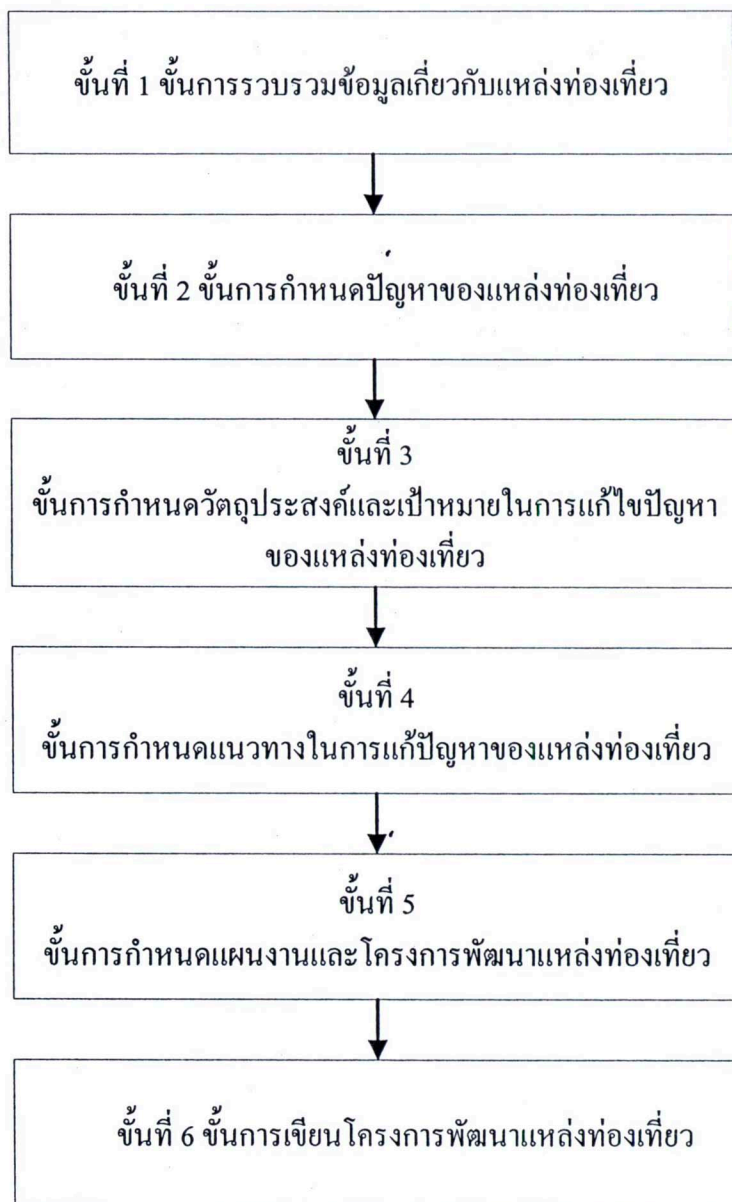
ผลจากการศึกษาดังกล่าวทำให้ได้ทราบถึงแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีการแบ่งออกเป็น 4 แผนดำเนินการ ซึ่งในแต่ละแผนนั้น มีการกำหนดโครงการภายใต้แผนพัฒนา เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น แผนงานการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้สู่ภูมิปัญญาในระดับภูมิภาค และพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นการเพิ่มศักยภาพระบบการบริหารเครือข่ายการท่องเที่ยวและเชื่อมเส้นทางกับประเทศพม่า ซึ่งโครงการภายใต้แผนพัฒนา คือ โครงการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าร้อยสี เป็นต้น

วีณา ชุ่มบัณฑิต (2549) ได้ทำการศึกษาวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ และเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสาคร

ระเบียบวิธีวิจัยใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามมีให้ตอบ 5 ระดับ ผลจากการศึกษาพบว่าวิสัยทัศน์ของจังหวัดสมุทรสาครคือ จะพัฒนาสู่การเป็นเมืองประมง ในฐานะส่วนหนึ่งของครัวโลก เป็นเมืองน่าอยู่ที่ใกล้กรุงเทพฯ เป็นอีกทางเลือกใหม่สำหรับการท่องเที่ยว และเป็นผู้นำด้านการศึกษา ระบบประมงสัตว์น้ำ นอกจากนี้ยังมีการวางแผนพัฒนาให้จังหวัดสมุทรสาครเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมทางเลือกใหม่ที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร นอกเหนือจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนที่จะจัดทำแผนพัฒนาด้านต่าง ๆ ทั้งนี้แผนในแต่ละส่วนนั้นยังมีโครงการที่สอดคล้องกับแผนแม่บทที่จัดทำขึ้น เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้อย่างทันท่วงที

2.4.3 ขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

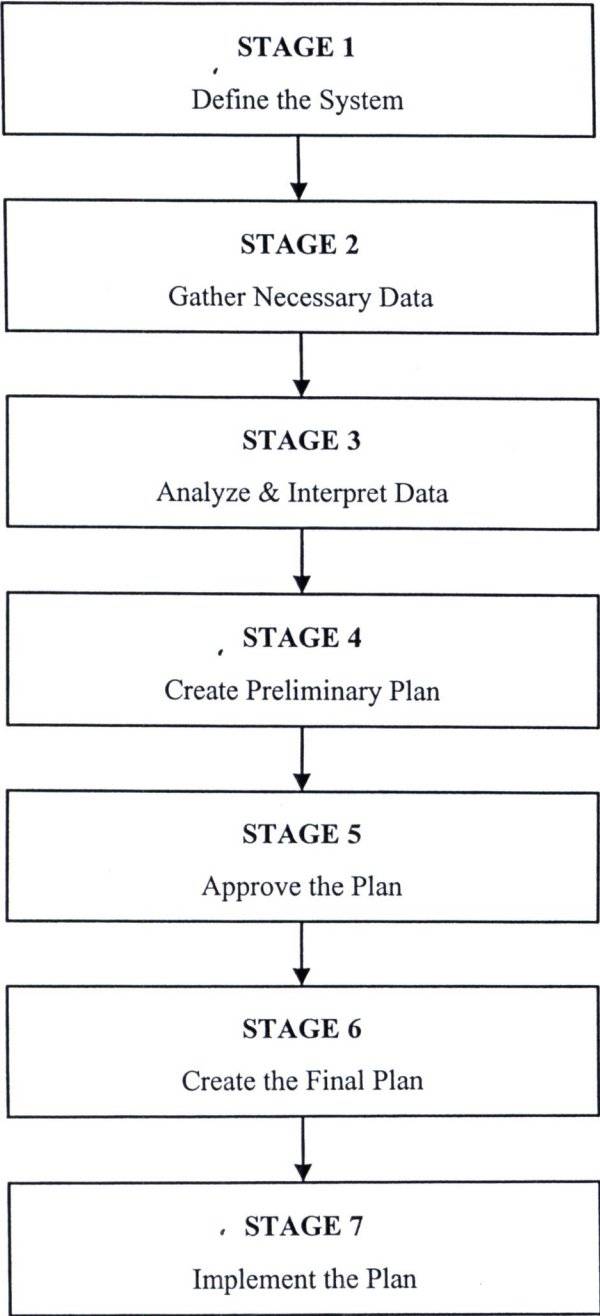
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) กล่าวถึงขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่าเมื่อได้แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็นำมาวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นการเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคำนึงถึงผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมายถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นล่วงหน้าว่าจะดำเนินงานอะไร จะดำเนินการไปทำไม จะดำเนินงานที่ไหน จะดำเนินงานอย่างไร จะดำเนินงานเมื่อไร และจะให้ใครเป็นผู้ดำเนินงาน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีกระบวนการหรือขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ



ภาพที่ 2.10 ขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549)

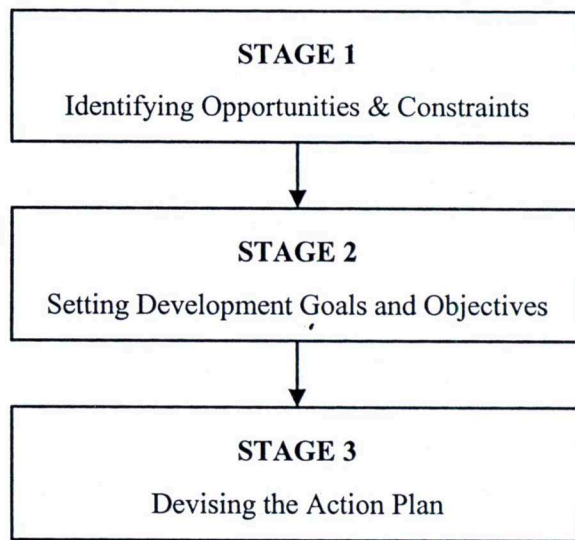
Goeldner and Ritchie (2006) กล่าวถึงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวว่าต้องมีกระบวนการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การสืบค้นข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การทำวิจัยตลาด การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำแผนเบื้องต้น การทดลองใช้แผนงานที่จัดทำขึ้นว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด หลังจากนั้นต้องทำการจัดทำแผนปฏิบัติการขั้นสุดท้าย ที่ต้องมีการคำนึงถึงองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น ระบบสาธาณูปโภค แผนปรับปรุงภูมิทัศน์ การใช้พื้นที่ การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ การตลาด และการวางแผนงบประมาณ หลังจากนั้นจึงนำไปปฏิบัติ ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัญหา และคำนึงถึงความพึงพอใจของ

คนในชุมชนซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการใช้แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแสดงกระบวนการของการจัดทำแผนพัฒนาได้ดังนี้



ภาพที่ 2.11 กระบวนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ปรับปรุงจาก Charles R. Goeldner and J. R. Brent Ritchie, 2006)

Godfrey and Clarke (2000) กล่าวถึงขั้นตอนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญซึ่งต้องมีการวางแผนให้มีความสอดคล้องกันในทุกๆระดับ ซึ่งต้องมีการประเมินทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์ตลาด การพัฒนากลยุทธ์และการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีกระบวนการที่สำคัญ 3 ขั้นตอน คือ การระบุโอกาสและข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยว การตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการพัฒนา และการจัดทำแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.12 กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (ปรับปรุงจาก Kerry Godfrey and Jackie Clarke, 2000)

2.4.4 หน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม

1) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (Office of Knowledge Management and Development Public Organization - OKMD)

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานรัฐรูปแบบใหม่ที่จัดตั้งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความคิดในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง และรู้จักประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ผ่านระบบการเรียนรู้สาธารณะ อันเป็นการศึกษาที่ไม่สิ้นสุด ไม่มีการจำกัดอายุ เพศ และวัย เป็นการลงทุนทางปัญญาของประเทศไทย

ด้วยการเร่งพัฒนามหาวิทยาลัยของประเทศไทยให้มีศักยภาพทางความคิดสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต มีหน้าที่หลักดังนี้

- สร้างปัญญา โดยการจัดให้มีระบบการเรียนรู้สาธารณะ และการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ทางปัญญาในรูปแบบที่ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อเทคโนโลยีอื่นใดที่ดึงดูดความสนใจให้เกิดการเรียนรู้ได้โดยง่าย
- สร้างแหล่งเรียนรู้ โดยการสร้างแหล่งบริการความรู้รูปแบบใหม่ที่ทันสมัย เพื่อสร้างชีวิตชีวาให้คนวิ่งเข้าหาความรู้ รวมทั้งประสานงานหรือสนับสนุนให้มีการจัดทำศูนย์ศิลปะ – วัฒนธรรม, ห้องสมุดการแสดงหรือการจัดนิทรรศการ, สร้างสรรค์ทางความคิดในทุกรูปแบบ โดยร่วมมือกับหน่วยงานอื่นไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการหรือการถ่ายทอดความรู้แก่สังคม
- สร้างเสริมและสนับสนุน โดย OKMD ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนขององค์กรหลักที่เกี่ยวข้อง โดยจะไม่เข้าไปทำงานแทน แต่จะทำหน้าที่กำหนดรูปแบบ ซึ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งจัดทำต้นแบบและมอบให้หน่วยงานหลักนำไปขยายผลต่อไป
- สร้างนวัตกรรม โดยการสร้างนวัตกรรมรูปแบบการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
- สร้างเครือข่าย เพราะความคิดสร้างสรรค์มีหลากหลายรูปแบบ จึงส่งเสริมเครือข่ายให้ร่วมกันพัฒนาและขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ คู่สังคมอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน), 2553)

2) สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Discovery Museum Institute -

NDMI)

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ เป็นหนึ่งในหน่วยงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) มีหน้าที่หลักดังนี้

- เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนให้คนไทยมีโอกาสแสวงหาความรู้ และรู้จักเรื่องราวของความเป็นไทย ด้วยการจัดทำพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ต้นแบบ ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่แห่งการเรียนรู้ เปิดโลกกว้างให้ผู้ชมได้เพลิดเพลินกับการเรียนรู้นอกห้องเรียน นำอดีตมาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้กับอนาคต บนพื้นฐานวัฒนธรรมที่งดงามและมีคุณค่าของไทย

- นำเสนอเนื้อหาเชิงบูรณาการ เพื่อให้ครอบคลุมองค์ความรู้ ทั้งด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา โบราณคดี ชาติพันธุ์วิทยา สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี และศิลปกรรมศาสตร์ ฯลฯ ใช้งานวิจัยเป็นพื้นฐานในการสร้างเนื้อหา ในการรวบรวมเนื้อหาใช้การศึกษา วิเคราะห์ จัดลำดับความคิด เพื่อสร้าง "แก่นเรื่องรวม" (Theme) ให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยใช้ทักษะของการเล่าเรื่อง (story telling) เริ่มตั้งแต่การปูพื้น เกริ่นนำ การเดินเรื่อง การสร้างจุดเน้น การสรุปและการนำความคิดไปสร้างจินตภาพให้เห็นรูปลักษณะของนิทรรศการโดยรวม แบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ แต่ละประเด็นคำนึงถึง Context เพื่อสร้างความตระหนักรู้ จุดประกายให้เกิดความใฝ่รู้ ง่ายต่อการเรียนรู้ และความเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำและนำไปคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง (สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 4 สำนักงานจังหวัดนครพนม มีหน้าที่หลักดังนี้

- การควบคุม สั่งการ และกลั่นกรองงานของหน่วยงานภายใต้การบังคับบัญชา
 - ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานด้านการสื่อสารการตลาดแบบองค์รวม เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่โฆษณาแหล่งท่องเที่ยว เทศกาลประเพณี กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์รณรงค์และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมผ่านสื่อเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
 - ให้คำปรึกษาในด้านการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม
 - ให้คำปรึกษาจัดทำแผนงาน / โครงการ เพื่อขอรับงบประมาณสนับสนุน หรือสนับสนุนการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

4) หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดนครพนม มีหน้าที่หลักดังนี้

- ควบคุม ดูแล การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด
- จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อระดมความคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

- รับผิดชอบในการติดตาม และประเมินผลซึ่งมีการทบทวนแผนพัฒนาจังหวัด และให้ได้ข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานตามนโยบายสำคัญ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วถึง
- เป็นคนกลางเพื่อรับทราบปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การ พัฒนาจังหวัดและงานนโยบายโครงการสำคัญของจังหวัด โดยให้ผู้บริหารจาก ส่วนราชการผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นายอำเภอทุกอำเภอ ภาคเอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายการพัฒนาจังหวัดเป็น ผู้เสนอแนะ เพื่อทำการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับนโยบายและความเหมาะสมของแผนการพัฒนาในแต่ละส่วน (สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

5) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนงาน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครพนม มีหน้าที่หลักดังนี้

- จัดทำข้อมูลในการวางแผนระดับนโยบาย
 - วิเคราะห์นโยบายและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม การท่องเที่ยวและกีฬา ของจังหวัดนครพนม
 - จัดทำแผนวิสาหกิจขององค์กร
 - ประสานงานการดำเนินการด้านนโยบายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านการส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน
 - ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
- (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

6) ประธานศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดนครพนม มีหน้าที่หลักดังนี้

- ให้คำปรึกษา ควบคุม ดูแลงานในส่วนงานต่าง ๆ ของศูนย์วัฒนธรรม
- ดูแล ให้คำปรึกษาในการจัดทำแผนการตรวจ ติดตาม และประเมินผลงาน ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมของจังหวัด
- ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์งานทางวิชาการ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ ด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ส่งเสริม สนับสนุน ชำรงรักษาสืบทอดการดำเนินการเกี่ยวกับงานพระราชพิธี งาน พระราชกุศล งานรัฐพิธี และงานศาสนาพิธีในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม

- ให้คำปรึกษาจัดทำแผนงาน / โครงการ เพื่อรองรับงบประมาณสนับสนุน หรือ สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - ร่วมจัดทำแผนยุทธศาสตร์จังหวัด / กลุ่มจังหวัด
 - ให้คำปรึกษาในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
 - ดูแลด้านการจัดทำแผนปฏิบัติการตามแผนงาน โครงการ และงบประมาณ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์
 - ให้คำปรึกษาด้านเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด
 - ควบคุมงานตามนโยบายพิเศษ หรือกิจกรรมพิเศษ
- (ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

7) นายกเทศมนตรีและนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

7.1) นายกเทศมนตรี มีหน้าที่หลักดังนี้

- ดูแลทุกข์สุขของประชาชนในเขตเทศบาล
- พัฒนาคุณภาพชีวิต
- พัฒนาสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลให้น่าอยู่ สวยงาม และทันสมัย
- รักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความปลอดภัยในเขตเทศบาลให้เกิดความสงบสุข
- บำรุงรักษาสีลวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น
- บริหารราชการตามนโยบายของรัฐบาล และสภาเทศบาล

(<http://www.nathoncity.com>, 2553)

7.2) นายกองค์การบริหารส่วนตำบล มีหน้าที่หลักดังนี้

- พัฒนาดำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
- จัดให้มีและบำรุงทางน้ำและทางบก
- การรักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดินและที่สาธารณะ รวมทั้งการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
- ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ
- ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- ส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม
- ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุและพิการ
- คุ้มครอง ดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย
- ให้น้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคและการเกษตร
- ให้มีและบำรุงไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
- ให้มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ
- ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะ
- ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร และกิจการสหกรณ์
- ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
- บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพ
- การคุ้มครองดูแลและรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณะสมบัติของแผ่นดิน
- ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
- กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
- การท่องเที่ยว และการผังเมือง

(<http://th.wikipedia.org>, 2553)

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ สามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม” สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับดังนี้

ตารางที่ 2.7 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ระดับ แผนยุทธศาสตร์	ชื่อแผนยุทธศาสตร์	สาระสำคัญ
ประเทศ	- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554)	- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อสร้างสินค้า ท่องเที่ยวใหม่ๆ - การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของ ธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพ - การพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง เพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว - การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ เอกชนและองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น
	- (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559)	- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว - เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนด้านการ สร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ - พัฒนาเครือข่ายความเชื่อมโยงของระบบ คมนาคม

ตารางที่ 2.7 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยว (ต่อ)

ระดับ แผนยุทธศาสตร์	ชื่อแผนยุทธศาสตร์	สาระสำคัญ
ประเทศ	- (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) (ต่อ)	- ประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น พัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้สมัยใหม่ และพัฒนาสินทรัพย์ทางปัญญาเชิงสร้างสรรค์ ระบบฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ - ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม 5 ประเภท
	- (ร่าง) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559	- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว - การพัฒนาและฟื้นฟู และเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน - การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว - การสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศผ่านสื่อต่าง ๆ - การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตารางที่ 2.7 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยว (ต่อ)

ระดับ แผนยุทธศาสตร์	ชื่อแผนยุทธศาสตร์	สาระสำคัญ
ประเทศ	- แผนยุทธศาสตร์ภูมิวิถีและ มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2552 - 2555	- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ระบบซอฟต์แวร์ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน - การสร้างกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่า (Vale Creation) และมูลค่าเพิ่ม (Value added) ทางการท่องเที่ยว - การฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน - การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว - การฟื้นฟูภาพลักษณ์และยกระดับความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
	- ยุทธศาสตร์กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2551 - 2554	- สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ - การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวและบริการ



ตารางที่ 2.7 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุน (ต่อ)

ระดับ แผนยุทธศาสตร์	ชื่อแผนยุทธศาสตร์	สาระสำคัญ
ภูมิภาค	- แผนการตลาดกองทุนเพื่อช่วยเหลือ ประเทศไทย ปี 2552	- การส่งเสริมการตลาดกองทุนเพื่อช่วยเหลือ ตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้แนวคิด “แหล่งเรียนรู้ อยู่อารยธรรม”
จังหวัด	- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จังหวัดสกลนคร นครพนม และ มุกดาหาร พ.ศ. 2553 - 2556	- การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว - การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมแหล่ง เรียนรู้ ศิลปะ และวัฒนธรรมร่วมกันของ กลุ่มจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้าน - การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มี ประสิทธิภาพ - การพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพ ทางการท่องเที่ยว - การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว - การพัฒนาการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย เชิงรุก
	- แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม ระยะ 4 ปี พ.ศ. 2553 - 2556	- การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว - ส่งเสริมฟื้นฟูองค์ความรู้ทางศาสนา ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม - ประชาสัมพันธ์ และสร้างตลาดเชิงรุก

2. องค์ประกอบของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน จังหวัดนครพนม

องค์ประกอบของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์
ในจังหวัดนครพนม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักคือ

2.1) ด้านคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยแยก
เป็น 7 ชนเผ่าที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย

- ด้านประวัติศาสตร์
- ด้านสุนทรียศาสตร์
- ด้านสังคม
- ด้านกระบวนการอนุรักษ์

2.2) ด้านกายภาพของพื้นที่

- ด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว

- ด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

2.4) ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยว

- ด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว
- ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2.5) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่

- ด้านการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
- ด้านการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- ด้านประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.8 องค์ประกอบของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน
จังหวัดนครพนม

องค์ประกอบ	สิ่งดึงดูดใจ	รายละเอียด
1. ด้านคุณค่าของมรดก วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาของกลุ่ม ชาติพันธุ์ แยกออกเป็น 7 ชนเผ่า	ด้านประวัติศาสตร์	- ประวัติความเป็นมาของชนเผ่า - การอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน ณ สถานที่ปัจจุบัน
	ด้านสุนทรียศาสตร์	- ลักษณะเด่นของเครื่องแต่งกายประจำชนเผ่า - ลักษณะเด่นของสิ่งปลูกสร้าง เช่น บ้านเรือน ของชนเผ่า - ความงดงามทางด้านศิลปกรรม หัตถกรรม และสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของชนเผ่า - ความโดดเด่นในด้านภาษาของชนเผ่า
	ด้านสังคม	- ประเพณีที่สำคัญของชนเผ่าและการละเล่นอื่น ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า - ความเชื่อและค่านิยมของคนในชนเผ่า - เทศกาลต่าง ๆ ของชนเผ่า - ธรรมเนียมการรับประทานอาหารของชนเผ่า - พิธีกรรมทางศาสนา
	ด้านกระบวนการอนุรักษ์	- โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว - การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของคนในชนเผ่า - แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นที่มีการกล่าวถึงแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของชนเผ่า

ตารางที่ 2.8 องค์ประกอบของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน
จังหวัดนครพนม (ต่อ)

องค์ประกอบ	สิ่งดึงดูดใจ	รายละเอียด
2. ด้านกายภาพของพื้นที่	ด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	- ลักษณะภูมิประเทศที่ตั้งของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นภายในจังหวัดนครพนม
	ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	- การคมนาคมขนส่งที่จะบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว - เส้นทางรถโดยสารในแหล่งท่องเที่ยว
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว - ห้องน้ำสาธารณะ - ร้านอาหาร และที่จอดรถ ฯลฯ
	ด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	- เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ - ป้ายสื่อความหมาย - ลานกิจกรรม ฯลฯ
4. ด้านความนิยมนักท่องเที่ยว	ด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	- มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
	ด้านความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว	- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว
	ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	- ความรู้สึกนึกคิดและคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ตารางที่ 2.8 องค์ประกอบของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน
จังหวัดนครพนม (ต่อ)

องค์ประกอบ	สิ่งดึงดูดใจ	รายละเอียด
5.ด้านการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่	ด้านการมีส่วนร่วมใน การท่องเที่ยว	- การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวของคนใน ชนเผ่า - ประชาชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว - ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการ ท่องเที่ยวของชนเผ่า
	ด้านการเรียนรู้ผ่าน กิจกรรมการท่องเที่ยว	- มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรมของชนเผ่าแก่นักท่องเที่ยว - มีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ วัฒนธรรมชนเผ่าเสมือนกับเป็นคนใน ชนเผ่าผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว - มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมของชนเผ่าให้นักท่องเที่ยวเข้า มาศึกษา เรียนรู้ และฝึกปฏิบัติจริง - มีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดความคิด สร้างสรรค์
	ด้านประสบการณ์ที่ ได้รับการท่องเที่ยว	- มีการจัดมุมประสบการณ์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวบอกความรู้สึกที่ได้จาก การเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า - มีการประเมินผลความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวใน แต่ละครั้ง

3. ขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน

จังหวัดนครพนม

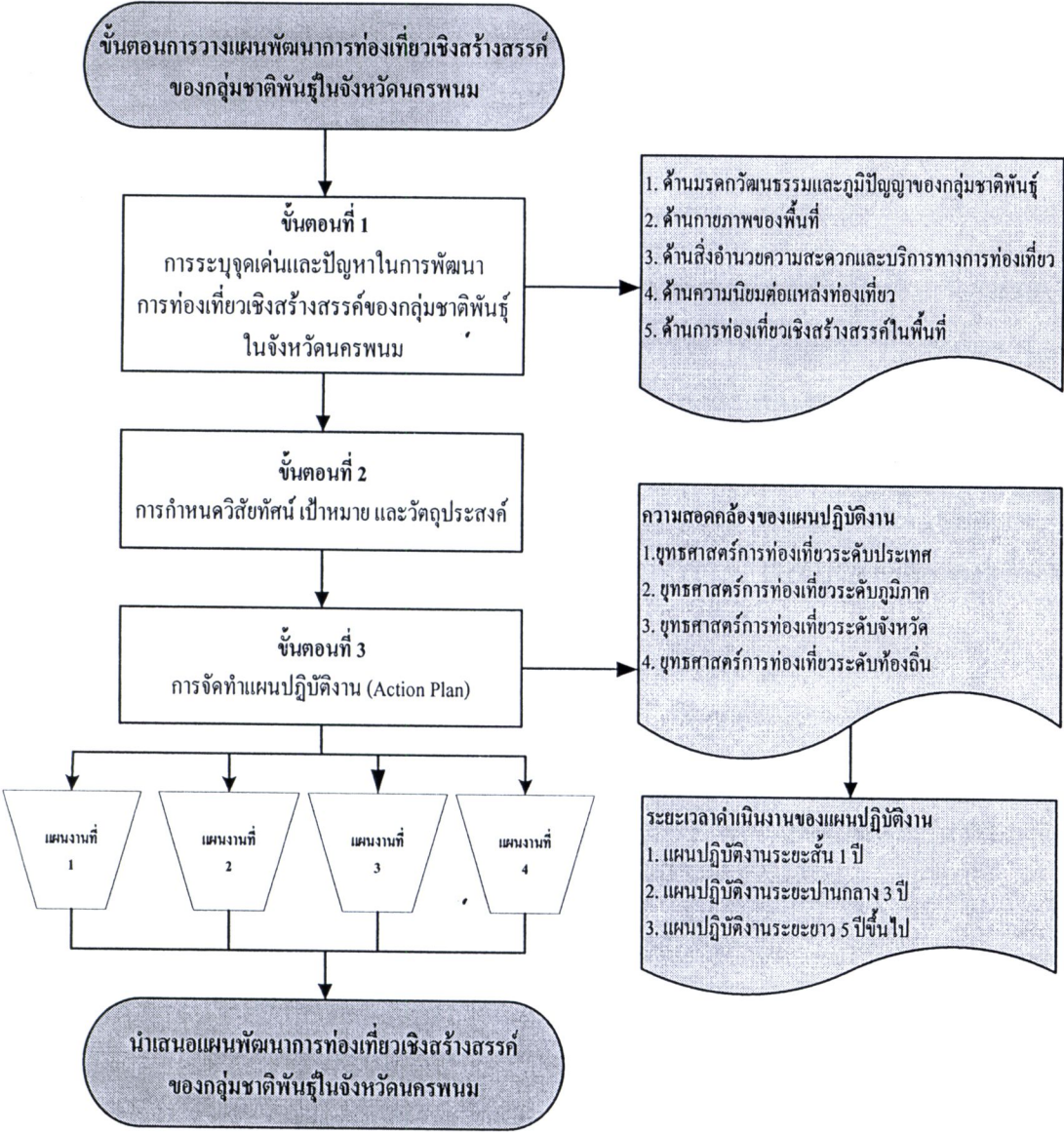
จากการศึกษาขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม โดยทำการปรับปรุงจากแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) Charles R. Goeldner and J. R. Brent Ritchie (2006) และ Kerry Godfrey and Jackie Clarke (2000) ซึ่งประกอบด้วย

1. การระบุจุดเด่นและปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านคือ

- ด้านคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์
- ด้านกายภาพของพื้นที่
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว
- ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่

2. กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น (1 ปี) ระยะกลาง (3 ปี) และระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

3. การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) โดยแผนปฏิบัติงานมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น



ภาพที่ 2.13 ขั้นตอนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

