

บทที่ 2

ผลงานวิจัยและงานเขียนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาล และแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญหลายเรื่อง ประกอบกัน เพื่อความสะดวกในการศึกษา จึงแบ่งเนื้อหาออกเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน 7 กลุ่ม ดังนี้

1. นโยบายและแนวคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. โครงการพัฒนาและจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ
3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างชุมชนเข้มแข็งและชุมชนน่าอยู่
4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกายภาพในชุมชน
6. แนวคิดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
7. กรณีศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา

2.1 นโยบายและแนวคิดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อป (One Tambon One Product: OTOP) เป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการฟื้นฟูเศรษฐกิจและฐานะความเป็นอยู่ของผู้มีรายได้ต่ำ ซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยเฉพาะประชาชนในชนบท โดยมีความเชื่อว่าหากประชาชนกลุ่มดังกล่าวมีความเป็นอยู่ดีขึ้น และส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมเคลื่อนตัวได้ในที่สุด โดยได้แนวคิดแบบอย่างมาจากขบวนการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product: OVOP) โดยโมริฮิโกะ ฮิรามุสึ (Morihiro Hiramutsu) ผู้ว่าการจังหวัดโออิตะ (Oita Prefecture) ประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้ริเริ่มใช้พัฒนาในพื้นที่มาตั้งแต่ปี ค.ศ.1979 (พ.ศ. 2522) ซึ่งสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ได้อธิบายว่า โครงการ OVOP มีความคิดพื้นฐานของการพัฒนาในเชิงกระบวนการ (movement) 3 ประการ คือ ท้องถิ่นแต่ทั่วโลก (local but global) อิสระริเริ่มสร้างสรรค์ (independent creative and original ideas) และส่งเสริมให้ประชาชนพัฒนาท้องถิ่นด้วยตนเอง (to help people develop their local communities)

ปัจจุบัน OVOP มีพัฒนาการและผลสำเร็จอย่างต่อเนื่อง กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2548) รายงานว่าในปี พ.ศ. 2545 โครงการดังกล่าวก่อให้เกิดการขยายความร่วมมือกับนานาชาติประเทศ โดยมีการรณรงค์ (campaign) และจัดโครงการลักษณะคล้าย ๆ กันในประเทศอื่น ๆ 9 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยด้วย

สำหรับประเทศไทยได้นำรูปแบบเดียวกันมาขยายผลในการพัฒนาทั้งประเทศ ถือได้ว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นวาระแห่งชาติ (national agenda) อันนำไปสู่นโยบายโดยการออกเป็นระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2544 เพื่อให้มีคณะกรรมการรับผิดชอบดำเนินการโดยเน้นการพัฒนาชุมชนแต่ละท้องถิ่นให้เข้มแข็ง ดังความตอนหนึ่งว่า "รัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น" (สยมพร ลิ้มไทย, 2549)

โดยที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ระบุว่าหลักการพื้นฐานของโครงการ 3 ข้อดังนี้

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global) เป็นการนำกระบวนการทางความคิดของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพ และเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยที่สินค้าหรือบริการนั้นเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self – reliance – creativity) เป็นการสร้างศักยภาพของท้องถิ่นอย่างหนึ่ง โดยการนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการด้วยภูมิปัญญาของท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ สามารถหารายได้เข้าสู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่น มีความหวังในการสร้างรายได้เป็นของตนเองได้ ด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์ โดยการกลั่นกรองออกมาเป็นสินค้าหรือบริการจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นตน

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ยังให้นิยามหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายความว่า

หนึ่งตำบล มีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น หรือ
 หนึ่งตำบล มีหนึ่งประเพณี วัฒนธรรมล้ำลึก หรือ
 หนึ่งตำบล มีหนึ่งกีฬาเลิศ หรือ
 หนึ่งตำบล มีหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเด่น หรือ
 หนึ่งตำบล มีหนึ่งบทกวี แดงดนตรี บทเพลง

หนึ่งตำบลอาจมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์หลักอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้าน ขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นและกระบวนการที่สร้างขึ้น (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ดังนั้น คำว่า “ผลิตภัณฑ์” จึงมิได้หมายถึงเฉพาะตัวสินค้าเท่านั้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้นิยามว่า ผลิตภัณฑ์เป็นคำกว้าง ๆ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรักษาสัตว์แวดล้อม การแสดงศิลปะ การนำเสนอประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น” (กรมพัฒนาชุมชน, 2545, น.1)

2.2 โครงการพัฒนาและจัดตั้ง หมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ

โครงการพัฒนาและจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ (OTOP Village) เกิดจากนโยบายและแนวคิดที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากร ภูมิปัญญา และการพัฒนาคนในชุมชน ดังนั้น เพื่อให้การศึกษาอยู่ในกรอบที่สอดคล้อง จึงทบทวนนโยบายและแผนงาน ดังนี้

1. ความเป็นมาของโครงการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ
2. แนวคิดของโครงการหมู่บ้านโอท็อป
3. องค์ประกอบการทำงานของหมู่บ้านโอท็อป
4. กรอบการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป
5. การขยายผลโครงการหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ

2.2.1 ความเป็นมาของโครงการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ

การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาในระยะแรก ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าเป็นหลัก แต่จากนโยบายและแนวคิดที่ให้นิยามว่า ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้า (product) เพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงบริการ แหล่งท่องเที่ยว ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชุมชน จึงนำไปสู่การสนองนโยบาย เกิดเป็นโครงการพัฒนา และจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ตามมา ในปี พ.ศ. 2547 โดยมีกรมการพัฒนาชุมชนร่วมกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญา และให้ความสำคัญของการพัฒนาคนในชุมชนโดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง

กรมการพัฒนาชุมชน (2548) อธิบายการดำเนินงานโครงการพัฒนาและจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ในระยะแรก ประกอบไปด้วย การคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อม มีศักยภาพมาพัฒนา และจัดตั้งให้เป็นต้นแบบ จำนวน 4 แห่ง จาก 4 ภาค ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักจากหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
2. ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากหมู่บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากหมู่บ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
4. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของโครงการโดยสรุป คือ ต้องการให้หมู่บ้านต้นแบบเป็นแบบอย่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการบริการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เป็นสถานศึกษา และขยายผลนำไปสู่การพัฒนาจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อปแห่งอื่น ๆ โดยเป็นตัวอย่างแก่ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการประกวดหมู่บ้านโอท็อป (OTOP Village Champion: OVC) ทั่วประเทศ ตามแผนงานขั้นต่อไปของรัฐบาลที่ต้องการให้มีหมู่บ้านโอท็อปชั้นนำเที่ยวให้ครบทุกจังหวัดในระยะต่อไป

2.2.2 แนวคิดของโครงการ หมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ

โครงการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบมีแนวคิดในการสร้างความเข้มแข็ง และการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเข้ากับแหล่งท่องเที่ยว ศิลปะ และวัฒนธรรมของชุมชน สมุพร ลิ้มไทย (2548.ค)

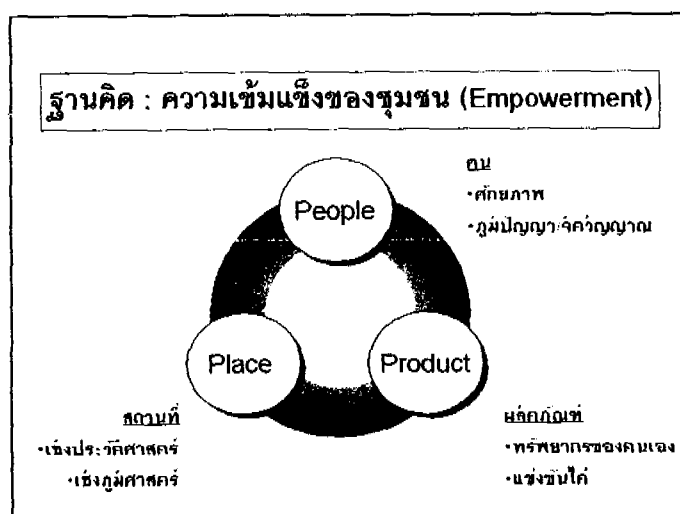
อธิบายหลักในการพิจารณาศักยภาพ และความพร้อมของชุมชน 3 ด้าน หรือ 3P ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบ และใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการแข่งขันในโครงการประกวดหมู่บ้านโอทอป (OVC) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (P-product) หมายถึง หมู่บ้านนั้น ๆ มีสินค้าโอทอปที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เพียงใด และมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (story of product) ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือไม่
2. ด้านสถานที่ (P-place) หมายถึง หมู่บ้านนั้น ๆ มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพียงใด มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวในทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตมากน้อยเพียงใด
3. ด้านคนในชุมชน (P-people) หมายถึง หมู่บ้านนั้น ๆ ชุมชนมีความเข้มแข็ง และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นเพียงใด รวมทั้ง องค์การปกครองท้องถิ่นมีบทบาทสนับสนุนการพัฒนาชุมชนมากน้อยแค่ไหน

ความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบทั้ง 3 ด้านดังกล่าว นำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน แต่โดยทั่วไปชุมชนต่างมีลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างกัน บางชุมชนมีสถานที่โดดเด่น บางชุมชนมีทักษะแรงงาน บางชุมชนมีผลิตภัณฑ์เด่น ดังนั้น การพัฒนาส่งเสริมจึงขึ้นอยู่กับว่าชุมชนมีศักยภาพด้านใดเป็นหลัก

ภาพที่ 2.1

แนวคิดของโครงการ หมู่บ้านโอทอป



ที่มา: สยามพร ลิ้มไทย, 2548ข.

นอกจากฐานคิดด้านความเข้มแข็งของชุมชนแล้ว แนวคิดในด้านการเชื่อมโยงสินค้า โอท็อปเข้ากับการท่องเที่ยว ชัยสิทธิ์ โหตระกิตย์ (2548) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ปัจจุบันหากจะขายแหล่งท่องเที่ยวโดยมองเฉพาะด้านการขายบริการและขาย ธรรมชาติอย่างเดียวไม่เพียงพอ จะต้องนำผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ที่มาของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตต่าง ๆ มาเป็นจุดขายที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นด้วย โดยสรุปก็คือ สินค้าที่จะขายได้ต้องมีหลายส่วนประกอบ (ดังภาพที่ 2.2)

ภาพที่ 2.2

การเชื่อมโยงสินค้าโอท็อป กับการพัฒนาการท่องเที่ยว

Identity	+	Product	+	Place	+	Story
(จุดเด่นเกิดแรงจูงใจ)		(ผลิตภัณฑ์)		(สถานที่)		(ประวัติ ความเป็นมา เรื่องราว)

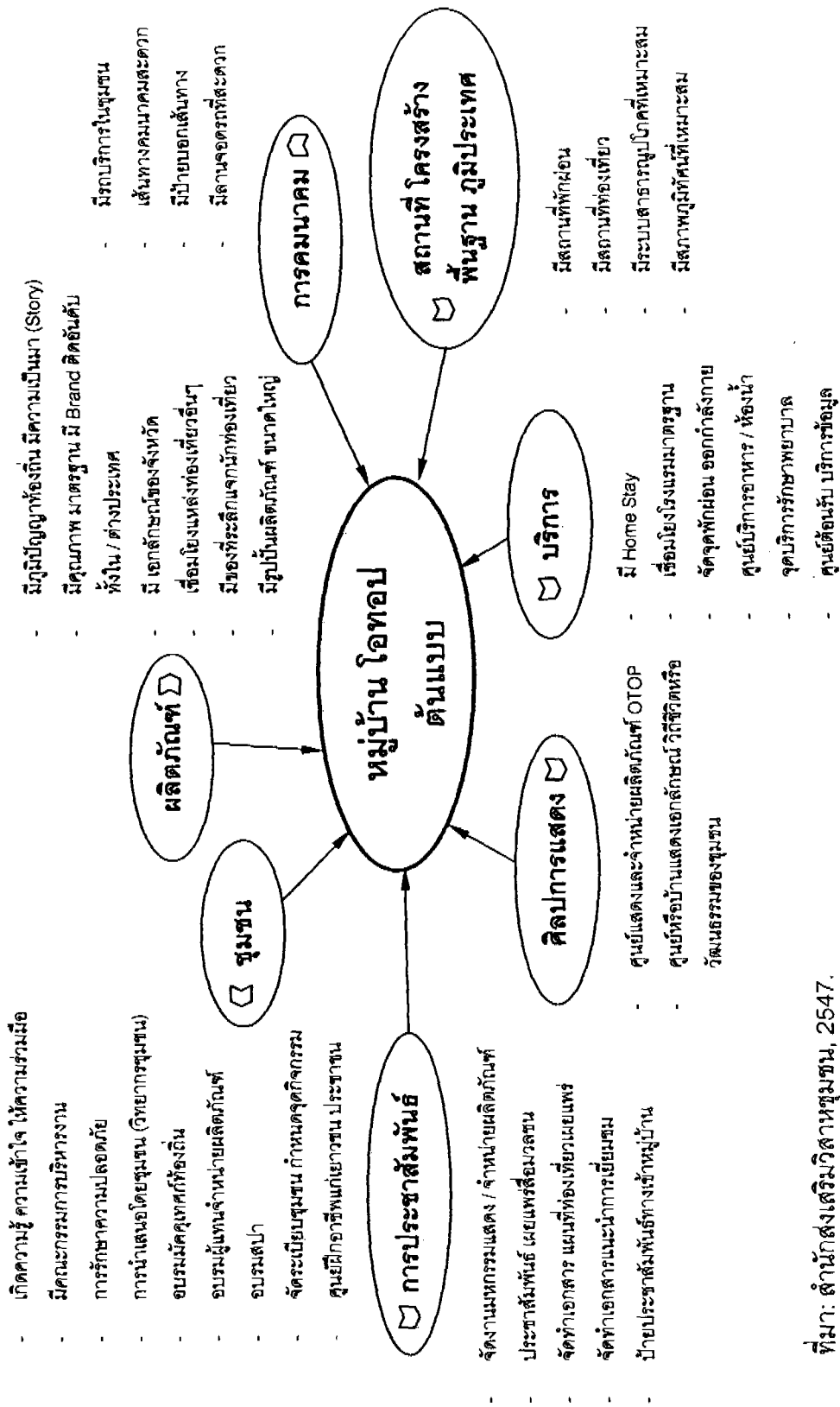
ที่มา: ชัยสิทธิ์ โหตระกิตย์, 2548.

ดังนั้น รูปแบบของโครงการหมู่บ้านโอท็อป ที่แท้จริงคือ การทำอย่างไรให้สามารถเอาเรื่องของคนในท้องถิ่นนั้นผสมผสานกับเรื่องของสถานที่ ซึ่งบางที่อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยว บางที่อาจเป็นแหล่งวัตถุดิบหรือเป็นแหล่งของคนที่มีทักษะ ให้ผสมผสานกันออกมาเป็นผลิตภัณฑ์โดยมีความเป็นหนึ่งเดียว ให้ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการผลิตทั้งกระบวนการเกิดการมองเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น ณ ท้องถิ่น (local) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์โอท็อปจะต้องพัฒนา และเชื่อมโยงไปสู่ความเป็นสากลได้ด้วย (global reaches)

2.2.3 องค์ประกอบการดำเนินงานของหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2547, น. 7-11) ได้แบ่งองค์ประกอบสำหรับการดำเนินงานพัฒนาและจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ โครงสร้างพื้นฐานและสภาพภูมิทัศน์ ด้านการบริการ ด้านศิลปะการแสดง และ ด้านการประชาสัมพันธ์ ในองค์ประกอบหลักแต่ละด้านเหล่านี้ ยังมีองค์ประกอบย่อยทั้งที่เป็นองค์ประกอบเชิงกายภาพ และองค์ประกอบทางการจัดการ (ดังภาพที่ 2.3)

รูปแบบองค์ประกอบ (model) ของหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ



ที่มา: สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2547.

2.2.4 กรอบการพัฒนา หมู่บ้านโฮทอปต้นแบบ

กรอบการพัฒนาหมู่บ้านโฮทอป ต้นแบบ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โฮทอปไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ในลักษณะที่ก่อให้เกิดการส่งเสริมกัน ชัยสิทธิ์ โหตระกิตย์ (2548) อธิบายถึงกรอบการพัฒนาที่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมการตลาด และการท่องเที่ยวในเชิงประสบการณ์ (experiential tourism) โดยมีแนวทางในลักษณะ 6P ดังนี้

1. สถานที่ (place) ต้องมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน และภูมิทัศน์ ได้แก่ อาคารต่าง ๆ ห้องน้ำที่เพียงพอ มีจุดพักผ่อน มีศูนย์ข้อมูลพร้อมด้วยบริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ตู้เบิกถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่ทำการไปรษณีย์ ถนน ป้ายบอกทิศทาง และแผ่นป้ายที่เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ และพื้นที่จอดรถพร้อมการจัดพาหนะนำส่ง (shuttle vehicles) เช่น อาจเป็นรถลาก หรือจักรยานมารับจากจุดจอดรถไปยังแหล่งท่องเที่ยว
2. ผลิตภัณฑ์ (products) ต้องมีความหลากหลาย และยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ มีการสาธิตกรรมวิธีการผลิต มีการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน มีบริการจัดส่ง และอื่น ๆ
3. คน (people) ต้องมีการพัฒนา เช่น การเพิ่มทักษะความชำนาญในการทำงาน การพูดจาสื่อสาร การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยในการทำงาน การให้บริการ การเพิ่มความรู้ทางการเงิน การตลาด และการรักษาสีงแวดล้อม
4. การวางแผนและการจัดการ (planning and management) มีการศึกษาความเป็นไปได้ วางแผนงาน และการบริหารโครงการที่เป็นระบบ มีเป้าหมายชัดเจน มีการพัฒนาประสานงาน ทั้งระหว่างหน่วยงานในรัฐบาล องค์กรที่มีใช้ของรัฐบาล และหน่วยงานที่มีอำนาจปกครองส่วนท้องถิ่น
5. การนำเสนอ (presentation) โดยนำเสนอตำนานความเป็นมาของหมู่บ้านและผลิตภัณฑ์ จัดแสดงผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสถานที่ให้มีบรรยากาศ และวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนแบบพื้นถิ่นดั้งเดิม
6. การสนับสนุนส่งเสริม (promotion) โดยการตลาดและส่งเสริมการขาย เช่น ประชาสัมพันธ์ข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการซื้อเพิ่มขึ้น โดยผ่านตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว หรือเจาะกลุ่มเป้าหมายถึงตัวนักท่องเที่ยวโดยตรง และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

2.2.5 การขยายผลโครงการหมู่บ้าน โอทอปต้นแบบ

การพัฒนาจัดตั้งหมู่บ้านโอทอป ต้นแบบ ในระยะแรก ประกอบด้วยชุมชนที่มีความพร้อมมีศักยภาพ จำนวน 4 แห่ง จาก 4 ภาค ที่ดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2547-2548 ปัจจุบันโครงการดังกล่าวเสร็จสิ้นการดำเนินงานแล้ว และได้เปิดชุมชนเป็นทางการให้เป็นแบบอย่างในการศึกษา นำไปพัฒนาและขยายผลไปยังชุมชนอื่น ๆ โดยสิ้นปีพ.ศ. 2548 มีความเคลื่อนไหวตามมาเกิดการขยายผลเป็นหมู่บ้านโอทอป ต้นแบบ เพิ่มขึ้นอีก 4 แห่งรวมเป็น 8 แห่ง และเป็นจุดเริ่มต้นการดำเนินงานโครงการที่ต่อเนื่องกันคือ "โครงการประกวดหมู่บ้านโอทอป" (OTOP Village Champion: OVC) ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการถึงปี พ.ศ. 2549

โครงการประกวดหมู่บ้านโอทอป (OVC) มีเป้าหมายให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านโอทอป ขึ้นในทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ การจัดประกวด และการให้รางวัล ซึ่งนำไปสู่การแข่งขันพัฒนาหมู่บ้านของตนเอง เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ชุมชนที่เข้าร่วมประกวดต้องไม่เป็นหมู่บ้านโอทอป ต้นแบบของกรมการพัฒนาชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว

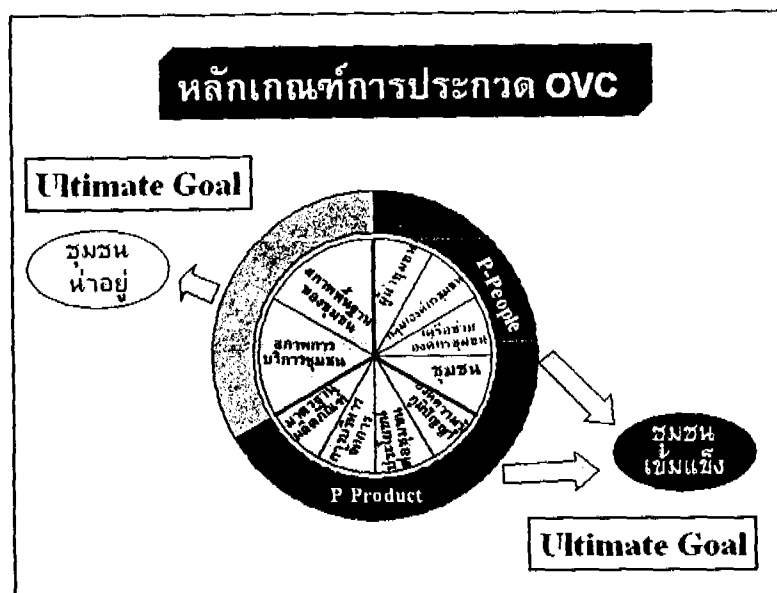
รายละเอียดแนวคิดของโครงการประกวดหมู่บ้านโอทอป ไม่ต่างจากโครงการจัดตั้งหมู่บ้านต้นแบบ แต่มีหลักเกณฑ์ กระบวนการ และเป้าหมายที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชน (2548) สรุปว่า

1. เป้าหมาย คือ ชุมชนที่เข้มแข็ง และนำอยู่ ในการประกวดดังกล่าวใช้เกณฑ์การประเมินที่พัฒนาจากแนวคิด 3P โดย P-place (สถานที่) เป็นปัจจัยสำคัญในการใช้ประเมินชุมชน นำอยู่ ขณะที่ P-product และ P-people (ผลิตภัณฑ์ และคนในชุมชน) เป็นปัจจัยสำคัญในการใช้ประเมินความเป็นชุมชนเข้มแข็ง กระบวนการประกวด และพัฒนาหมู่บ้านโอทอป เป็นโครงการหลักที่สำคัญโครงการหนึ่งของรัฐบาล ที่มุ่งสร้างความเข้มแข็ง และนำอยู่ให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นเกิดความเคลื่อนไหวในการพัฒนา (social movement) ดังภาพที่ 2.4 และ 2.5

2. การสืบสานและพัฒนาในหมู่บ้านโอทอป หมู่บ้านโอทอปมุ่งส่งเสริมการผลักดัน และภูมิปัญญา โดยทำอย่างไรให้สามารถคงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นแต่มีการยอมรับในระดับสากล ด้วย ดังภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.4

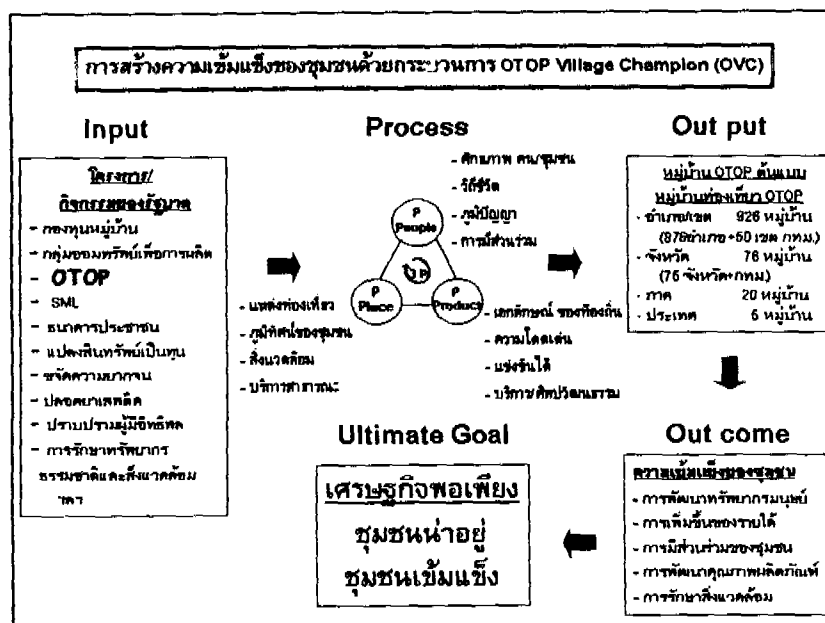
หลักเกณฑ์และเป้าหมายในการประกวดหมู่บ้านโอท็อป



ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน, 2548.

ภาพที่ 2.5

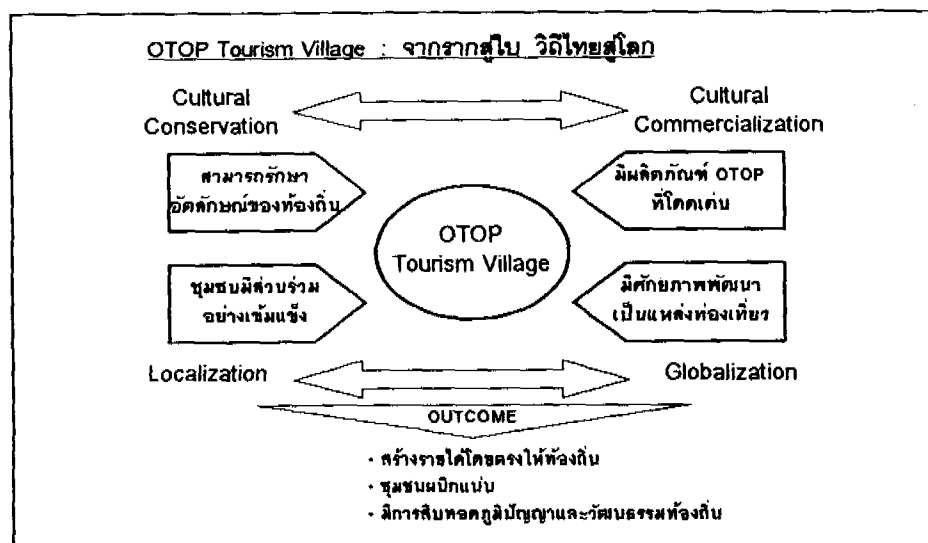
กระบวนการสร้างความเข้มแข็งของหมู่บ้านโอท็อป



ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน, 2548.

ภาพที่ 2.6

ความสมดุลของการสืบสานและพัฒนา



ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน, 2548.

จากการศึกษาโครงการพัฒนาหมู่บ้าน (ท่องเที่ยว) โอทอป ต้นแบบ สามารถสรุปกรอบความคิดสำคัญได้ว่า เป็นโครงการที่มีเป้าหมายในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและความน่าอยู่ของชุมชน โดยทั้งสองเป้าหมายเกิดจากการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของชุมชนใน 3 ด้าน (3P) คือ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านคนในชุมชน ซึ่งการพัฒนาในด้านสถานที่นำไปสู่ความน่าอยู่ ส่วนการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านคนในชุมชนนำไปสู่ความเข้มแข็ง โดยทั้งสามองค์ประกอบนั้นสัมพันธ์ส่งเสริมกันและกัน นอกจากเป้าหมายดังกล่าวหมู่บ้านโอทอปได้มีการรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ในลักษณะให้เกิดการส่งเสริมกันด้วย ดังนั้น โครงการหมู่บ้านโอทอปที่แท้จริง คือ การทำให้สามารถเอาเรื่องของคนในท้องถิ่น มาผสมผสานกับเรื่องของสถานที่ ซึ่งบางที่อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยว และบางที่อาจเป็นแหล่งวัตถุดิบให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยมีความเป็นหนึ่งเดียว ให้ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการผลิตทั้งกระบวนการเกิดการมองเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น ณ ท้องถิ่น (local) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างชุมชนเข้มแข็งและชุมชนน่ายุ

จากการศึกษาโครงการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ มีการกล่าวถึงความเป็นชุมชนเข้มแข็งและน่ายุซึ่งอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาอยู่ในกรอบที่สอดคล้อง จึงทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง
2. แนวคิดในการสร้างชุมชนน่ายุ
3. แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.3.1 แนวคิดในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง

สฤมพร ลิมไทย (2548) อธิบายว่า การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน คือ กระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนด้วยการพึ่งตนเองเป็นหลัก โดยอาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่เสริมด้วยการสนับสนุนจากปัจจัยภายนอกในเชิงบูรณาการ ความเข้มแข็งของชุมชนที่ยั่งยืนต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และส่งสมยาวนาน ความเข้มแข็งของชุมชนจึงเป็นผลผลิตทางประวัติศาสตร์ของการพัฒนาแต่ละชุมชน และมีใช่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่เกิดขึ้นในชั่วข้ามคืน โดยมีปัจจัยที่จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน คือ

1. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการจัดเวทีชุมชน การพบปะกันของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่าย เพื่อค้นหาปัญหาและความต้องการของชุมชนตนเอง โดยอาศัยระบบคิดที่เป็นเหตุผล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จะทำให้ชุมชนได้อาศัยภูมิปัญญาจากสมาชิก ผู้นำ ปราชญ์ชาวบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา เพื่อแก้ไขปัญหาด้วยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของชุมชน สิ่งที่เกิดขึ้น คือ แผนชุมชนที่ชุมชนคิดเองและทำเอง เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาชุมชน และการบูรณาการกับฝ่ายต่าง ๆ

2. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจก (สมาชิกชุมชน) ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่าย ในลักษณะกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (social movement) เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาชุมชน

3. การใช้ทุนทางสังคม (social capital) ที่แต่ละชุมชนมีอยู่เป็นพลังขับเคลื่อน เพื่อทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมการสนับสนุนจาก

ปัจจัยอื่น ได้แก่ กิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต และการแก้ไขปัญหาความยากจน เช่น กิจกรรมกองทุนหมู่บ้าน กิจกรรมกลุ่มอาชีพโอท็อป เป็นต้น

4. การบูรณาการ การพัฒนาจากทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน ทั้งการใช้ทุนทางสังคมที่ถือเป็นศักยภาพภายในชุมชน และการสนับสนุนจากปัจจัยภายนอกชุมชน โดยผสมผสานระหว่างการพัฒนาจากข้างล่าง (bottom up) และการสนับสนุนจากภายนอกและนโยบายระดับบน (top down) เข้าด้วยกัน

นอกจากนี้ ชุมชนจะมีความเข้มแข็งได้ ด้วยความเข้มแข็งของสมาชิกชุมชน ผู้นำชุมชน องค์การชุมชน และเครือข่ายองค์การชุมชน ซึ่งเปรียบเสมือนร่างกายและอวัยวะของชุมชน โดยชุมชนที่เข้มแข็งประเมินได้จากองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจชุมชน ด้านความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาคนในชุมชน ด้านศาสนาและวัฒนธรรม-ประเพณี ด้านสุขภาพ และด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน

2.3.2 แนวคิดในการสร้างชุมชนน่าอยู่

ชุมชนน่าอยู่ (livable community) มีแนวคิดที่หลากหลาย ครอบคลุมการพัฒนาในประเด็นที่แตกต่างกัน แต่สำหรับการศึกษาคครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาตามกรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2548, น. 16-17) ได้กำหนดแนวคิด องค์ประกอบความเป็นเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ โดยให้ยึดคนเป็นศูนย์กลาง อาศัยความเข้มแข็งของชุมชนเป็นรากฐานการพัฒนา มุ่งให้เกิดความสงบ ปลอดภัย สะอาด มีระเบียบ วินัย มีเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็ง มีระบบการบริหารจัดการที่ดี ประชาชนมีคุณภาพดี วิถีชีวิตดี มีความสุข และที่สำคัญการพัฒนาเมืองและชุมชนให้น่าอยู่ต้องอาศัยพลังการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย โดยยึดหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการ คือ

ประการแรก เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่แต่ละแห่ง ย่อมมีความแตกต่างกันตามศักยภาพ ความพร้อม การพัฒนาจึงต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรม และค่านิยมของชุมชนนั้น และเป็นไปตามความต้องการ และความพึงพอใจของชาวเมือง และชาวชุมชนนั้น ๆ ซึ่งเป็นผู้ร่วมกันกำหนด

ประการที่สอง เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ มีลักษณะเป็นพลวัต กล่าวคือมีกระบวนการเคลื่อนไหวตลอดเวลา สามารถแปรเปลี่ยน และปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เรื่อย ๆ ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายสำคัญของการดำเนินงานเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่นั้น มุ่งเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชนและประชาสังคมระดับต่าง ๆ ให้มีความมั่นคงทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ รวมทั้ง มีระบบการบริหารจัดการของชุมชนที่ดี ช่วยลดความยากจนในชนบทและเมือง ภาพรวมของการพัฒนาจึงครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญใน 4 ด้านที่เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวม คือ

1. ด้านความน่าอยู่ มีความหมายครอบคลุมทั้งด้านการมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพดี สังคมเข้มแข็ง มีความสงบ ปลอดภัย สะดวก สะอาด มีระเบียบวินัย มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมจิตวิญญาณของเมืองและชุมชน คนมีคุณภาพชีวิตดี และวิถีชีวิตดีมีความสุข
2. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ช่วยเกื้อกูลให้ชุมชนเข้มแข็ง มีการสืบทอดรักษาและปรับใช้ ตลอดจนพัฒนาต่อยอดให้เกิดเทคโนโลยีที่เหมาะสม นำมาใช้ประโยชน์กับการผลิต และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ด้านเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง สมดุล มีภูมิคุ้มกัน สามารถเพิ่มรายได้ และการมีงานทำด้วยการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและนอกประเทศ รวมทั้ง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงชนบทและเมือง
4. ด้านระบบการบริหารจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพ โปร่งใสเป็นธรรม ตรวจสอบได้ ประชาชนและภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาได้คนและระบบที่ดี

2.3.3 แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนเข้ามาร่วมกันคิดร่วมกันตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการ รับผิดชอบดูแลบำรุงรักษา และติดตามประเมินผลในกิจกรรมเพื่อส่วนรวม ซึ่งหัวใจของการมีส่วนร่วม คือ การตัดสินใจ ถ้าประชาชนได้ตัดสินใจที่จะทำ ไม่ทำ ชอบ ไม่ชอบ รับ และไม่รับ ในกิจกรรมใดถือว่าประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ (เรื่องโรจน์ จอมสืบ และคณะ อ้างถึงใน ประหยัด ตะคอนรัมย์, 2544, น. 38)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม พิจารณาตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ และร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ อันมี

ผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง (สุวัฒนา ธาดานิติ อ้างถึงใน ประหยัด ตะคอนรัมย์, 2544, น. 39) แบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมออกเป็น 5 แบบ ดังนี้

1. การร่วมในการวางแผน (participation in planning) คือ การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา กำหนดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดแนวทางดำเนินการ ติดตาม ประเมินผล และตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (participation in implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทรัพยากร และการประสานความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ (participation in utilization) คือ การนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม
4. การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์ (participation in benefit) คือ การแจกจ่ายผลประโยชน์การพัฒนาอย่างยุติธรรม
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (participation in evaluation) เพื่อประชาชนในชุมชนจะได้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อร่วมดำเนินการหาทางแก้ไขต่อไป

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า “ชุมชนเข้มแข็ง” เกิดจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนด้วยการพึ่งตนเองเป็นหลัก โดยอาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่เสริมด้วยการสนับสนุนจากปัจจัยภายนอกในเชิงบูรณาการ

ส่วน “ชุมชนน่าอยู่” นั้น ต้องอาศัยความเข้มแข็งของชุมชนเป็นรากฐานในการพัฒนา และอาศัยพลังการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ซึ่งผลของการพัฒนาชุมชนน่าอยู่ จะย้อนกลับไปเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน และทำให้เกิดความมั่นคงทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยองค์ประกอบในการเป็นชุมชนน่าอยู่นั้นมีหลายด้าน ประกอบด้วย การที่ชุมชนมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพดี (มีความสงบ ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีระเบียบ) การมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจิตวิญญาณของชุมชน การสืบทอดรักษา พัฒนาต่อยอดภูมิปัญญา มีเศรษฐกิจเข้มแข็ง และระบบการบริหารจัดการที่ดี

สังเกตได้ว่า การพัฒนา ชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนน่าอยู่ เป็นปัจจัยเสริมกันและกัน โดยกรอบแนวคิดทั้งสอง ต่างต้องการการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่ายสนับสนุนมาร่วมกันพัฒนาให้เกิดผลลัพธ์ดังกล่าว

2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

แนวคิดและรูปแบบการท่องเที่ยว สามารถนำมาส่งเสริมการพัฒนาหมู่บ้านโอท็อป มีหลายแนวทาง เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะทรัพยากรของชุมชนด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม แนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยว
2. แนวคิดของการท่องเที่ยวแบบชนบท
3. แนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
4. แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

2.4.1 แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยว

การศึกษาแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความหมาย องค์ประกอบของการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว (tourism) เป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจรูปแบบหนึ่ง องค์การสหประชาชาติ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 5-7) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

- 1) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ โดยมีได้ถูกบังคับ
- 2) เป็นการเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายใดก็ได้ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้
- 3) เป็นการเดินทางไปเยือนจุดหมายปลายทาง (destination) เป็นการชั่วคราว

แล้วต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม โดยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้หลายอย่าง เช่น เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การกีฬา ความบันเทิง เยี่ยมญาติมิตร การศึกษา กิจกรรมทางศาสนา และงานอดิเรก หรือแม้แต่การเดินทางเจรจาทำธุรกิจ หรือการประชุมสัมมนาที่มีการจัดเวลาว่างจากการปฏิบัติหน้าที่อยู่ท่องเที่ยวต่ออีกระยะหนึ่ง

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 60-68) อธิบายว่ามีองค์ประกอบ 3 ด้านที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจมีลักษณะแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภท

ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

2) การคมนาคมขนส่งเข้าถึง (accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทการเดินทางเข้าออกเมือง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน (สาธารณูปโภค สาธารณูปการ) และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย

3. ลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ลักษณะของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม (เดชา บุญค้ำ และคณะ, 2531) จำแนกดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มალำพัง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีได้ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักได้รับคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว และไม่คาดหวังในเรื่องความสะดวกสบายของการเดินทางและการเข้าชมมากนัก แต่มีความคาดหวังในเรื่องความสะดวกและความสะดวกสบายในการกำหนดทิศทาง และตำแหน่งที่ตนเองอยู่ค่อนข้างสูง

2) นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว ต้องการการรวมกลุ่ม และการได้รับการบอกเล่า ต้องการความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มในลักษณะนี้มักทำความรบกวนกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ หากมีการจัดเตรียมสถานที่ไม่ดีพอ

โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่เมือง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรม เช่น การชมเมืองโดยรวม โดยใช้ยานพาหนะหรือเดินชมเมือง การเข้าชมสถานที่น่าสนใจเชิงวัฒนธรรมหรือเชิงสถาปัตยกรรม การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง การชมการเล่นพื้นเมืองหรือชบวนในงานเทศกาล การจับจ่ายซื้อของที่เป็นสินค้าที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์พื้นเมืองต่าง ๆ และการนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์

2.4.2 แนวคิดของการท่องเที่ยวในชนบท

1. ความหมายของการท่องเที่ยวในชนบท (Rattanasuwongchai, Nuchnard, 2006) เนื่องจากการท่องเที่ยวในชนบท (rural tourism) มีหลายรูปแบบจึงยากที่จะนิยามทั้งหมด แต่สามารถอธิบายได้ว่าการท่องเที่ยวในชนบทนั้นเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชนบท และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ความเกี่ยวข้องดังกล่าวจึงกำหนดได้ว่าการท่องเที่ยวในชนบท

คือ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนรูปแบบหนึ่ง โดยมีการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชนบท และมีผลกระทบเพียงเล็กน้อยที่ไม่รุนแรง และช่วยสร้างผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นแก่พื้นที่ชนบทในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านผลผลิต (productivity) ด้านการจ้างงาน ด้านการกระจายรายได้ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เป็นต้น อีกทั้ง ยังเป็นวิธีที่เหมาะสมในการดัดแปลงผสมผสานความเชื่อดั้งเดิม (traditional belief) ให้สอดคล้องกับค่านิยมสมัยใหม่ (modern value) ในปัจจุบัน

2. ประเภทของการท่องเที่ยวในชนบท พื้นที่ชนบทมีความหลากหลาย ทั้งวัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากรธรรมชาติ จึงกลายเป็นจุดหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ความหลากหลายดังกล่าว ทำให้สามารถจำแนกการท่องเที่ยวในชนบทได้หลายรูปแบบ โงว (Ngo Duc Anh, 2006) แบ่งประเภทการท่องเที่ยวในชนบท ที่ได้ประโยชน์ทั้งนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ออกเป็น 5 รูปแบบ คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (natural tourism)
- 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (eco-tourism)
- 4) การท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (village-based tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (agro-tourism)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (village-based tourism) ผู้วิจัยสรุปว่า เป็นรูปแบบที่ตรงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนด้านเกี่ยวเนื่องมากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เพราะในชุมชนมีวิถีชีวิตการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อย่างไรก็ตามหมู่บ้านโอท็อปแห่งอื่น ๆ อาจมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์แตกต่างกันไป จึงอาจมีมิติทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานเน้นหนักไปในประเภทอื่น ๆ ก็ได้ ดังนั้นในการทบทวนวรรณกรรมจะกล่าวถึงเฉพาะรายละเอียดของการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เพิ่มเติมในข้อถัดไป

3. รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน หรืออาจเรียกอีกอย่างว่า การท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้านหัตถกรรม (handicraft village based tourism) เนื่องจากสินค้าพื้นเมืองเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว และยังเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะด้านดังกล่าวขึ้นมา (Ngo, Duc Anh, 2006) ซึ่งได้อธิบายประโยชน์และเสนอวิธีในการสนับสนุนหมู่บ้านหัตถกรรม ดังนี้

- 1) ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้านหัตถกรรมมีหลายด้าน เช่น ช่วยให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น เพราะขายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาที่สูงขึ้น ทำให้คนรู้จักชื่อเสียงของ

ผลิตภัณฑ์ขึ้น เกิดการสร้างงานภายในท้องถิ่น และช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีสิ่งดั้งเดิมในหมู่บ้าน เป็นต้น

2) วิธีการสนับสนุนหมู่บ้านหัตถกรรมมีหลายรูปแบบ เช่น การรื้อฟื้นและพัฒนาอาชีพงานหัตถกรรมดั้งเดิม การปรับปรุงถนน วัด เจดีย์ หมู่บ้าน การกำหนดยุทธวิธี (campaign) สนับสนุนหมู่บ้านหัตถกรรมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ทำการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับจังหวัด และระดับหมู่บ้าน การจัดกิจกรรมชมกรรมวิธีการผลิตสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเป็นพิเศษ มีพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่จัดแสดงงานที่ผลิต โดยศิลปินผู้ชำนาญ รวบรวมเรื่องราวตำนานและผลงานของช่างฝีมือไว้แสดงแก่ผู้มาเยือน การปรับปรุงจัดเตรียมบริการพื้นฐานในหมู่บ้าน เช่น ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น และใช้เวลาในการเยี่ยมชมนานขึ้น การจัดตั้งศูนย์ฝึกหลักสูตรสนับสนุนการออกแบบ โรงเรียนฝึกอาชีพ และการทำธุรกิจ โดยฝึกฝนอย่างใกล้ชิดกับช่างศิลปะ (artisan) เพื่อให้กลายเป็นช่างฝีมือ (craftsman) พร้อมไปกับหลักสูตรการเรียนรู้การตลาดและการจัดการในหมู่บ้านหัตถกรรม เป็นต้น

4. การพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพ ในชนบทส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) การพัฒนาจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืน โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคในขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ โครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ช่วยให้การเข้าถึงเป็นไปได้โดยสะดวก คนในท้องถิ่นอาจได้ประโยชน์ดังกล่าว แต่อาจทำให้สูญเสียวิถีการดำเนินชีวิต (Rattanasuwongchai, Nuchnard, 2006) ดังนั้น การพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพ ควรพัฒนาภายใต้ 3 เงื่อนไข คือ

1) โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ควรสร้างโดยมีจำนวนและการออกแบบ ที่ตอบสนองพอดีกับความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น และไม่มีผลกระทบเชิงลบต่อ นิเวศวิทยา สังคม และเศรษฐกิจในชุมชน

2) การพัฒนาทางกายภาพ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรอยู่บนฐานของเป้าหมาย ความต้องการ ค่านิยม ทัศนคติของชุมชน และทรัพยากรของชุมชน เช่น มรดกทางสถาปัตยกรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ต้องได้รับการปกป้อง อาคารใหม่ ๆ ควรสร้างโดยอิงการออกแบบที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น

3) การทำธุรกิจในท้องถิ่น เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ควรให้ความสำคัญ การตลาดและการจัดการที่มั่นใจได้ว่าผลประโยชน์จะเข้าสู่คนท้องถิ่นมากกว่าไปสู่นักลงทุนจาก

ภายนอก การพัฒนาควรสอดคล้องกับการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน (zoning) สุดท้าย คือ การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ ประโยชน์สาธารณะ และการท่องเที่ยว

5. ผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวในชนบท แม้ว่าการท่องเที่ยวแบบชนบทนั้น ช่วยนำความเจริญ สร้างผลประโยชน์ และพัฒนาพื้นที่มาสู่ชนบทหลายอย่าง แต่มีผลกระทบเชิงลบที่ต้องพิจารณา เพื่อหาทางหลีกเลี่ยงแก้ไขด้วยเช่นกัน (Rattanasuwongchai, Nuchnard, 2006) จำแนกลักษณะของผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบที่สำคัญ คือ กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างความร่ำรวยไปสู่ สังคมเมือง และผู้ประกอบการ ส่วนผลประโยชน์ที่ตกสู่ชนบทมีอัตราที่ต่ำเนื่องจากหลายสาเหตุ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ บ้านพักตากอากาศ โรงแรม และบริษัทนำเที่ยวเป็นของนัก ลงทุนจากในเมือง อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ที่นักท่องเที่ยวใช้ส่วนใหญ่ นำติดตัวมาจากภายนอก มิได้ผลิตในท้องถิ่น รายได้ในรูปของภาษีไม่ได้กลับคืนสู่ท้องถิ่น แต่ไปสู่ ภาครัฐส่วนกลาง หรือแรงงานท้องถิ่นถูกกิจการท่องเที่ยวที่เข้ามาจ้างแต่ในระดับล่าง และมีโอกาส ก้าวหน้าที่จำกัด เป็นต้น

2) ด้านสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบจากการรับปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป จนเกิดการใช้ทรัพยากรที่เกินขนาด และเกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมตามมา เพราะการเข้ามาของ นักท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มอุปสงค์ของโครงสร้างพื้นฐาน การใช้น้ำ การใช้ระบบขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการเกิดสิ่งปฏิญูลเพิ่มขึ้น เกิดการใช้ที่ดิน (land-use) ที่ไม่เหมาะสม เหล่านี้ ทำให้สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เตรียมการไม่ดีมีการเสื่อมถอย

3) ด้านสังคมวัฒนธรรม (sociocultural) การวางแผนการท่องเที่ยวไม่ดีอาจทำ ให้หมู่บ้านถูกผู้มาเยือนนำค่านิยมบางอย่างที่แตกต่างเข้ามาทำลายวัฒนธรรม และประเพณี เช่น บ้านเรือนแบบพื้นถิ่นถูกแทนที่โดยอาคารที่ทันสมัย เกิดการเสื่อมถอยทางวัฒนธรรม การพึ่งพาแต่ รายได้จากการท่องเที่ยว ไม่พัฒนากิจการด้านอื่น ๆ เป็นต้น

2.4.3 แนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เบื้องหลังของแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community based tourism) พจนา สนวนศรี (2546, น. 10) อธิบายว่า เกิดจากบทเรียนของการท่องเที่ยวกว่า 50 ปี นับแต่โลกเข้าสู่ยุค อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ชุมชนได้ประโยชน์น้อยมากหรือแทบจะไม่ได้ประโยชน์อะไรจากการ ท่องเที่ยวเลย ในทางตรงกันข้ามกลับได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในหลายด้าน ทั้งการ

สูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้เกิดจากการตอบคำถามว่า ชุมชนจะได้ประโยชน์อย่างไรจากการท่องเที่ยว แต่เป็นการสร้างโจทย์ใหม่ว่า การท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนได้อย่างไร

1. ลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ฮัตตัน (Hatton, Michael J., 2006) อธิบายว่าลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การเกิดสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมาจากการดำเนินงานโดยสมาชิกของชุมชนเป็นผู้สนับสนุน และยินยอม ดังนั้นรายได้ส่วนใหญ่ตกแก่ชุมชน เช่น สหกรณ์ กลุ่มร่วมทุน กลุ่มสมาคม และกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางของชุมชนที่จ้างคนในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังให้ความสำคัญกับการเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น มรดก และประเพณีด้วย พจนา สวนศรี (2546) อธิบายว่า ในขณะที่ยังคงการท่องเที่ยวแบบทั่วไปมีลักษณะแบบเชิงรับ (passive) นักท่องเที่ยวเพียงมาเยือนและจากไป (just visit and leave) แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีลักษณะแบบเชิงรุก (active) สองฝ่ายจะได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน (learning) แลกเปลี่ยนประสบการณ์วิถีชีวิตที่แตกต่าง (sharing) และได้มีส่วนร่วม (participating)

2. หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน พจนา สวนศรี (2546, น. 12) อธิบายว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการพัฒนาชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ซึ่งต้องอาศัยหลักการที่เป็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทาง
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

3. ผลกระทบที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน แม้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมุ่งพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบพึ่งตัวเอง เพื่อให้ผลประโยชน์ตกแก่ชุมชน แต่เป็นที่ทราบว่

ชุมชนไม่สามารถสามารถโดดเดี่ยวตนเองได้จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมในระบบโลกาภิวัตน์ การเผชิญหน้าของชุมชนกับโลกภายนอกย่อมมิใช่เรื่องง่าย ถ้าชุมชนไม่มีการจัดการที่ดี และไม่มีทุนทางสังคม วัฒนธรรม และฐานการผลิตที่เข้มแข็งพอ กิจกรรมการท่องเที่ยวอาจเป็นดาบสองคมที่ลั่นคลอนสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนได้ ตัวอย่างปัญหาเหล่านี้ ได้แก่

1) ปัญหาวัฒนธรรมที่ผิดเพี้ยนไปจากขนบธรรมเนียม เช่น เกิดจากการการซื้อขายวัฒนธรรมโดยคนในท้องถิ่นพยายามผลิตวัฒนธรรมขายให้กับนักท่องเที่ยว การกระทำดังกล่าว ทำให้วัฒนธรรมเปลี่ยนไปอย่างเลือนลอย (Kinnaird, Hall, p. 18 อ้างถึงใน สินธุ สโรบล, 2546, น. 38) สอดคล้องกับความคิดของ ฮัตตัน (Hatton, Michael J., 2006) ที่ระบุว่างานเทศกาลกลายเป็นการแสดงบนเวทีที่มีการแสดงแสงสีที่ไม่เหมาะสม ทำให้ลักษณะวัฒนธรรมผิดเพี้ยนไปจากลักษณะเดิม

2) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความกลมกลืนและความขัดแย้ง (harmony conflict) พื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีการสร้างสิ่งก่อสร้างที่ไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เป็นทัศนอุจาดทางสถาปัตยกรรมทำให้เอกลักษณ์ทางด้านศิลปสถาปัตยกรรมของโบราณสถานหรือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ถูกบดบังและลดคุณค่าลงเหล่านี้เป็นตัวเร่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้อยคุณค่าลงและเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว

3) ปัญหาการรุกรานการดำรงชีวิต ดังที่ พจนา สนวนศรี (2546, น. 86) กล่าวว่า "ชุมชนไม่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะที่ใครก็ได้เข้ามา โดยที่ชุมชนไม่รู้ตัว" ควรสงวนพื้นที่ของชุมชนไว้ให้กับชาวบ้านบุคคลภายนอก หากจะเข้ามาควรมีชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นผู้ดูแล

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับกิจกรรมพักค้างแรมในหมู่บ้าน ปีเตอร์เซิน (Petersen, Erick Holm, อ้างถึงใน สินธุ สโรบล, 2546, น. 72-74) ได้กล่าวถึงรูปแบบทั่ว ๆ ไปของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกว่า ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น สินค้าหัตถกรรม อาหารท้องถิ่น และหมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วย มีกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (cultural show activities) และมีกิจกรรมพักค้างแรมในหมู่บ้าน คำว่า "โฮมสเตย์" (home stay) ในยุโรป หมายถึง การพักกับครอบครัวของนักเรียนต่างชาติส่วนโฮมสเตย์ของไทยจะคล้ายกับความหมาย "village accommodation facilities" ที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนกับเจ้าของบ้านระยะสั้น ๆ อาจมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีการจ่ายค่าอาหาร และที่พัก ดังนั้นไทยควรใช้คำว่า การท่องเที่ยวแบบ "village based overnight stays" หรือย่อ ๆ ว่า "village operation" นอกจากนี้ ปีเตอร์เซิน (Petersen, Erick Holm, อ้างถึงใน สินธุ

สโรบล, 2546, น. 72-74) ได้เสนอทัศนะถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโฮมสเตย์ในหลายประเด็น ดังนี้

- 1) การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้านไม่ได้เกิดขึ้นได้ง่าย ๆ อาจเกิดการเข้าใจผิด และผลกระทบทางวัฒนธรรมใหญ่หลวง
- 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับสากลไม่มีประเทศใดต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างจริงจัง เนื่องจาก ไม่ได้สร้างรายได้ให้เป็นกอบเป็นกำ ทั้งก่อให้เกิดผลกระทบทางวัฒนธรรม
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรลดการดำเนินการเกี่ยวกับโฮมสเตย์ เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่ตามมา ควรพิจารณารูปแบบอื่น ๆ อาจมีการสร้างที่พักประเภทรีสอร์ตใกล้ชุมชนโดยใช้แรงงานจากชุมชนเป็นต้น
- 4) กรณีไม่สามารถหลีกเลี่ยงควรเน้นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นหลัก และต้องมีการสร้างมาตรฐานของการจัดโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถควบคุมได้ แต่ต้องเข้าใจว่าผลกระทบทางวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้
- 5) หากจัดโฮมสเตย์อาจเป็นไปได้ โดยจำกัดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะคนไทย ซึ่งระยะแรกอาจเน้นกลุ่ม ครู อาจารย์ และนักศึกษา ก่อน

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัย พบว่า ประเทศไทยได้พัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยดำเนินการส่งเสริมอย่างจริงจัง ดังตัวอย่างที่โฮมสเตย์ได้เป็นองค์ประกอบอันหนึ่งที่บรรจุไว้ในแผนการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป จากการศึกษาทราบว่า สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้คำนึงถึงผลกระทบและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนและนักท่องเที่ยว จึงได้กำหนดมาตรฐานการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทขึ้น เรียกว่า "กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐาน ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท" (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2549) ประกอบด้วย 8 มาตรฐาน 43 ตัวชี้วัด ซึ่งภายในได้ระบุเงื่อนไข ความพร้อมของผู้ที่จะทำที่พักโฮมสเตย์ เช่น เจ้าของบ้าน และสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัว และไม่มุ่งดำเนินการโฮมสเตย์ในเชิงธุรกิจ มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือ และไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวอยู่ได้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักอาศัย และใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับเจ้าของบ้านได้ สมาชิกในครอบครัวมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวเข้ามาอาศัยอยู่ในบ้าน พร้อมทั้ง ถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว เจ้าของบ้าน และสมาชิกในครอบครัวให้ความ

ร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี บ้านควรเป็นสมาชิกของกลุ่มชมรม และสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

จากการทบทวนแนวคิดการจัดที่พักโฮมสเตย์ และศึกษากรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพ มาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท จึงสรุปได้ว่า การพัฒนาโฮมสเตย์มิได้มุ่งเน้นเชิงกายภาพ เช่น การสร้างที่พักขึ้นมาใหม่ แต่มุ่งปรับปรุงสู่ลักษณะ ความสะอาด และความเป็นระเบียบของ สถานที่พักมากกว่า เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาโฮมสเตย์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป ต้นแบบ ชุมชนด้านเกวียน ควรอ้างอิงกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่มีอยู่ โดยชุมชนต้องไม่หวังจะ สร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียว และต้องไม่มีผลกระทบต้ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน และต้อง ช่วยกันรักษาสภาพเดิมของชุมชน โดยไม่ควรเปลี่ยนแปลง เพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจจนทำลาย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมดั้งเดิมของชุมชน

2.4.4 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เป็นปรากฏการณ์ของกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เริ่มมีการก่อตัวของแนวคิด และถูกอธิบายตั้งแต่ในช่วงปลายทศวรรษปี 1990 เป็นต้นมาจนถึง ปัจจุบัน แต่ที่จริงแล้วอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบใด ๆ ก็ได้ ที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นความเปราะบางของสิ่งแวดล้อม การเคารพวัฒนธรรมของ เจ้าของพื้นที่ และการมุ่งหาประสบการณ์การเรียนรู้มากกว่าเป็นเพียงแค่การมองดู โดยเป็นการ ท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและซึมซับประสบการณ์ (Smith, William, 2006)

1. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในบันทึกวาระการประชุมรัฐมนตรี ของประเทศแคนาดา (Park Canada National Office, 2005) ได้มีการกล่าวถึงลักษณะของการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ซึ่งเนื้อหาบางส่วนสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ มีลักษณะ แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourism) ที่มุ่งเน้นลักษณะกิจกรรมแบบสำเร็จรูป (package tour) ซึ่งนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมต่ำ ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กระตุ้นให้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในประสบการณ์ และส่งเสริมกิจกรรมในการดึงให้คนออกมาสู่ภายนอก ได้มาสัมผัสกับวัฒนธรรมและชุมชน ประสบการณ์ที่ได้จะมีลักษณะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยประสบการณ์ที่น่าจดจำจะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือน (visitor) และผู้ ให้บริการ (provider) ที่เติบโตขึ้น จากแลกเปลี่ยนคุณค่าและทัศนคติ สิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจ จะ ปรากฏมากขึ้นตามโอกาสของการมีส่วนร่วม และได้สัมผัสกับมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่

มีรูปแบบเฉพาะ นักท่องเที่ยวสามารถแสวงหาความหลากหลายทางประสบการณ์ที่ตรงกับความต้องการของพวกเขา และบรรลุความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การมีประสบการณ์ที่ได้สร้างความทรงจำในรูปแบบของตัวเอง

2. หลักการออกแบบเพื่อช่วยสร้างประสบการณ์ ไพน์และกิลมอร์ (Pine, B.J.II and Gilmore, James H., 1999, pp. 97-105) ได้อธิบายว่า ในกิจกรรมท่องเที่ยวจะเกิดประสบการณ์สี่ด้านคือ ประสบการณ์ด้านความบันเทิง ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ความเป็นอิสระ (escapist) และประสบการณ์ด้านสุนทรีภาพ ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เข้มข้นควรครอบคลุมขอบเขตทั้งสี่ด้านนี้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญสองอย่าง คือ ลักษณะของการมีส่วนร่วม และลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม โดยอาศัยหลักการออกแบบ เพื่อสร้างประสบการณ์ (experience-design) ที่สำคัญอยู่ 5 ข้อ ดังนี้

- 1) สร้างใจความหลักของประสบการณ์ (theme the experience)
- 2) ผสานความประทับใจโดยใช้สิ่งที่ช่วยกระตุ้นความคิดเชิงบวก
- 3) กำจัดสิ่งที่กระตุ้นความคิดแง่ลบ (eliminate negative cues)
- 4) สร้างส่วนผสมให้เกิดความทรงจำ (mix in memorabilia)
- 5) ขยายขอบเขตการรับรู้สู่ประสาทสัมผัสทั้งห้า (engage all five senses)

3. องค์ประกอบที่ช่วยผลักดันกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในการศึกษาของสมิท (Smith, William, 2006) ได้รวบรวมและแสดงความเคลื่อนไหวของการพัฒนาองค์ประกอบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เพื่อทำหน้าที่รองรับกิจกรรม และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว กระแสความเคลื่อนไหวดังกล่าว สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การพัฒนาโครงข่ายสำหรับกิจกรรมท่องเที่ยว (network tourism initiative) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้ลงขยายขอบเขตประสบการณ์ตนเองระหว่างเส้นทางท่องเที่ยว สิ่งนี้ทำให้เกิดการพัฒนาการสื่อความหมายข้อมูลบนทางหลวง และศูนย์ข้อมูลข่าวสาร (interpretive center) สร้างลักษณะของจุดหมายปลายทางที่มีลักษณะรวม ๆ (holistic destination) ดังนั้น การพัฒนาจึงต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ที่มีอยู่ในแต่ละที่โดยการประกอบรวมเอาสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่และสร้างบรรยากาศ (ambience) ของจุดหมาย ให้นักท่องเที่ยวต้องการหาประสบการณ์เพิ่มขึ้น

2) การพัฒนาการสื่อความหมายข้อมูลบนทางหลวง (the development of interpretive highways) ช่วยสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยสื่อความ

เชื่อมโยงระหว่างสถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อเปิดช่องทางให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสสะสมประสบการณ์ ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดกิจกรรมเอง (self-direct) กรอบความคิดดังกล่าว สามารถนำมาใช้ปรับปรุงการสื่อความหมายข้อมูลระหว่างเส้นทาง เพื่อลดความน่าเบื่อของระยะทางระหว่างจุดดึงดูดหลักที่อยู่ใกล้กัน

3) การขยายศูนย์ข้อมูลข่าวสาร (the explosion of interpretive centers) ศูนย์ข้อมูลข่าวสารแบบร่วมสมัย การออกแบบควรผสมผสานแนวคิดเรื่องจิตวิญญาณของสถานที่ที่สอดคล้องกับธรรมชาติ โดยการเลือกใช้รูปทรง พื้นผิว สี กลุ่มก้อน และจังหวะ ซึ่งถอดหรือประกอบรหัสมาจากภูมิประเทศ (land form) หรือนิเวศวิทยาของที่ตั้ง และควรสอดคล้องกับวัฒนธรรม นักออกแบบจะต้องศึกษาประวัติศาสตร์ของแหล่งที่ตั้ง คติความเชื่อ (mythology) ใช้การออกแบบและวัสดุดั้งเดิมของท้องถิ่น และเคารพต่อจิตวิญญาณแห่งสถานที่ (genius loci or spirit of place) แห่งนั้น ศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยว (visitor center) มีจุดหมายปลายทาง แต่เป็นประตูสู่สถานที่ ซึ่งช่วยเหลือผู้ที่ต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ให้ตัวเอง และช่วยเตรียมความพร้อมให้นักท่องเที่ยวทั้งทางกายและทางใจ เพื่อพร้อมที่จะรับประสบการณ์ ซึ่งควรมีการบริการใน 3 ระดับ คือ ระดับแรก มีการต้อนรับและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ระดับต่อมา คือ การช่วยแจ้งให้นักท่องเที่ยวรู้ตำแหน่งแห่งที่ (orient and inform) และระดับสุดท้ายช่วยกระตุ้นความรู้สึกต่อสถานที่ที่กำลังจะได้พบเห็น

4) ฐานสนับสนุนกิจกรรมในภูมิภาค (regional base camps) หรือฐานสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร (base camp or interpretive platform) คือ การสร้างจุดมวลชน (mass node) ในระดับภูมิภาค เพื่อเป็นฐานสนับสนุนการค้นหาสำรวจ โดยใช้วิธี "hub and spoke" ในการให้ข้อมูลระดับภูมิภาค วิธีดังกล่าวช่วยเสริมองค์ประกอบด้านโครงข่ายสำหรับกิจกรรมท่องเที่ยว และการสื่อความหมายบนทางหลวง ดังที่ได้อธิบายไว้แล้ว สิ่งดังกล่าวช่วยให้นักท่องเที่ยวคาดถึงประสบการณ์ที่จะได้ ก่อนที่จะเข้าไปเที่ยวภายในภูมิภาค เมื่อทราบข้อมูลมากขึ้น อาจช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจอยู่ในภูมิภาคนานขึ้นหรือใช้จ่ายมากขึ้น

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านโอท็อป แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (experiential tourism) เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป ดังปรากฏในบทความ "experiential tourism provides tourists a feel of the local culture" (Indian Express Newspaper (Mumbai) Limited, 2006) ที่บรรยายถึงแนวคิดของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา มีเนื้อหาโดยสรุปว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงเข้ากับหมู่บ้านและสินค้าโอท็อป จะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดย

ให้ความสนใจของกระบวนการผลิตสินค้าให้เกิดประโยชน์ และสร้างโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวให้สามารถมีส่วนร่วม สัมผัส และสาธิตกระบวนการผลิต ไปพร้อม ๆ กับการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น เอกลักษณ์ความเป็นไทย และความหลากหลายของแต่ละพื้นที่ สิ่งเหล่านี้ คือ กระบวนการทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์¹ ที่เน้นความสำคัญให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิดทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบความคิดสำคัญได้ว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบในการพัฒนา 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) ด้านการคมนาคมขนส่งเข้าถึง (accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำเป็นต้องตอบสนองพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน การท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบที่ศึกษา ได้แก่ การท่องเที่ยวในชนบท การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ล้วนมุ่งพัฒนาชุมชนโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เกิดแก่คนในชุมชนมากกว่านักลงทุนจากภายนอก นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาอย่างระมัดระวัง เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น การใช้ทรัพยากรที่เกินขนาด การผลิตวัฒนธรรมขายให้กับนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนเกิดการเสื่อมถอยทางทัศนคติ ค่านิยม หรือเกิดการพึ่งพาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เป็นต้น ทั้งหมดนี้ ต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ ประโยชน์สาธารณะและการท่องเที่ยวที่พัฒนาไปด้วยกัน ดังนั้น หมู่บ้านโอท็อปที่นำการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหมู่บ้านและสินค้า โดยสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวให้สามารถมีส่วนร่วม สัมผัส และสาธิตกระบวนการผลิตสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นนั้น ต้องอาศัยกรอบแนวคิดต่าง ๆ ที่กล่าวมาเป็นแบบในการพัฒนา

2.5 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกายภาพในชุมชน

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาแนวคิดในการปรับปรุงฟื้นฟูองค์ประกอบทางกายภาพ และศึกษากรอบแนวคิด เพื่อการออกแบบและจัดการแยกตามประเด็นปัญหาแต่ละด้านของหมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบ ชุมชนด่านเกวียน ดังนั้นการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องจึงแบ่งตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชน
2. แนวคิดเพื่อการจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมในชุมชน

¹ ใน “กรอบการพัฒนา หมู่บ้านโอท็อป” ได้กล่าวถึง การส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวในเชิงประสบการณ์ (experiential tourism) โดยอาศัยองค์ประกอบ 6 ข้อ ตามที่ได้อธิบายไว้แล้วในหัวข้อที่ 2.2.4

3. แนวคิดเพื่อการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน
4. แนวคิดเพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชน

การปรับปรุงฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชน (community revitalization) คือ การปรับปรุงประสิทธิภาพสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รักษาสิ่งที่เป็นมรดก เพิ่มคุณภาพชีวิต และความน่าอยู่ให้ชุมชน เนื่องจากชุมชน ประกอบไปด้วย เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และองค์ประกอบด้านกายภาพที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ดังนั้น เพื่อให้ชุมชนมีความเจริญเติบโตอย่างมีแบบแผน และการติดตามความเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็น (Ministry of Community, Aboriginal and Woman's Services, 2006) ซึ่งสามารถอธิบายความสำคัญ ขอบเขต และผลประโยชน์ที่เกิดจากการฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชนตามลำดับ ดังนี้

1. ความสำคัญ การฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชนมีความจำเป็นด้วยเหตุผลหลายประการตามแต่ลักษณะสภาพของชุมชน ซึ่งแบ่งได้ ดังนี้

- 1) ชุมชนที่ประสบปัญหาการถดถอยทางด้านเศรษฐกิจสามารถสามารถสร้างโอกาสวางแผน เพื่อเปลี่ยนแปลงชุมชนให้มีความหลากหลายทางเศรษฐกิจขึ้นเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของชุมชน

- 2) ชุมชนที่มีการเจริญเติบโตรวดเร็วเกินไปจนกระทั่งประสบปัญหาในการสูญเสียสิ่งแวดล้อม มรดก หรือทรัพยากรทางวัฒนธรรม การทำโครงการฟื้นฟูสามารถช่วยปกป้องสิ่งที่มีอยู่เดิม และทรัพยากรของชุมชน และช่วยเตรียมการในการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน การจัดพื้นที่ย่านการค้าและละแวกบ้านพัก ในอนาคต

- 3) ชุมชนที่มีเสถียรภาพหรือมีการเคลื่อนไหวทางกิจกรรมอยู่แล้ว (stable or vibrant) สามารถเสริมสร้างจุดแข็ง (strengthen) เพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจ และเพิ่มคุณภาพชีวิตคงไว้ซึ่งจุดยืนของชุมชน การฟื้นฟูสร้างชีวิตชีวาให้ย่านการค้าเดิม การปรับปรุงทางสัญจรหลัก (major corridor) การพัฒนาทัศนภาพที่น่าประทับใจ (visually appealing) ป้ายทางหลวง หรือการพัฒนาบูรณาการสิ่งใหม่ ๆ จะช่วยให้ผลประโยชน์ตกสู่ชุมชนมากขึ้น

2. ขอบเขตของการปรับปรุงฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชน ส่วนใหญ่มุ่งให้ความสำคัญในทุก

แง่มุมทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบทางกายภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และสร้างความรู้สึกร่วมกันของคนในท้องถิ่น (sense of community) โครงการฟื้นฟูชีวิตชีวาให้ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ควรมีลักษณะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น

- 1) การออกแบบพื้นที่สาธารณะ
- 2) การจัดศิลปะในที่สาธารณะ
- 3) การปรับปรุงหน้าตาของอาคาร (building facade improvements)
- 4) การอนุรักษ์สิ่งที่เป็นมรดก
- 5) การสร้างด่านหน้าของเมือง (gateway construction)
- 6) การปรับปรุงถนนในย่านศูนย์กลางของเมือง
- 7) การสร้างทางเดินเท้าและทางจักรยาน (walking and cycling trail)
- 8) และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงที่ต่าง ๆ
- 9) การเพิ่มประสิทธิภาพการเส้นทางขนส่งรอบนอก

3. ผลประโยชน์โครงการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชนก่อให้เกิดสิ่งตอบแทนในหลายด้าน เช่น ช่วยเพิ่มความภาคภูมิใจในชุมชน (community pride) เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสถานที่ที่สามารถเก็บภาษีได้มากขึ้น เกิดปฏิสัมพันธ์ในสังคมมากขึ้น (social interaction) มีรูปแบบการนัดพบกันเพิ่มขึ้น มีกิจกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น มีธุรกิจท้องถิ่นในชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดกิจกรรมที่มีชีวิตชีวาบนท้องถนน (vibrant street life) และเกิดสำนึกการรักษาสภาพแวดล้อม เป็นต้น

2.5.2 แนวคิดเพื่อการจัดประโยชน์พื้นที่ให้สอยและกิจกรรมในชุมชน

กรอบแนวคิดที่มุ่งศึกษา คือ แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะสำหรับกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ย่าน และที่รวมกิจกรรม เดชา บุญค้ำ และคณะ (2531) ได้อธิบายว่าย่าน (district) หมายถึง บริเวณที่มีความคล้ายคลึงกันในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ความคล้ายคลึงของสถาปัตยกรรม หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้น ส่วนที่รวมกิจกรรม (nodes) หมายถึง บริเวณที่มีผู้คนมารวมตัวกันเพื่อประกอบกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ที่รวมกิจกรรมเป็น "ย่าน" (district) ชนิดหนึ่ง แต่มีลักษณะการรวมตัวกัน เพื่อกิจกรรมมากกว่าลักษณะรูปทางกายภาพ ส่วนการศึกษาของ อเล็กซานเดอร์ อิชิคาว่า และ ซิลเวอร์สแตน (Alexander, Ishikawa and

Silverstein, 1997) อธิบายว่า โดยทั่วไปที่รวมกิจกรรม เป็นสถานที่ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของเส้นทาง และเป็นที่ซึ่งมีความหนาแน่นของผู้คน และกิจกรรม ดังนั้น จึงมักเป็นพื้นที่จุดเด่นที่คนจำได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปเป็นแนวทางการสร้างที่รวมกิจกรรมได้ ดังนี้

- 1) กำหนดตำแหน่งหรือพื้นที่ที่คนในชุมชนมักจะทำกิจกรรมร่วมกันเป็นประจำ
- 2) เชื่อมโยงทางสัญจรรูปแบบต่าง ๆ เข้าสู่พื้นที่ดังกล่าวในลักษณะเป็นจุดเชื่อมต่อระบบเครือข่ายทางสัญจร
- 3) ปรับปรุงใจกลางพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นพื้นที่สาธารณะขนาดเล็กสำหรับคนในชุมชนและรายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นร้านค้า ร้านอาหาร เพื่อเป็นการเสริมศักยภาพพื้นที่ซึ่งกันและกัน

2. พื้นที่สาธารณะ อเล็กซานเดอร์ และคณะ (Alexander and others, 1997) อธิบายว่า พื้นที่สาธารณะ คือ พื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประกอบกิจกรรม และการแสดง รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนและปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ ตัวอย่างของพื้นที่สาธารณะ ได้แก่ ลานกิจกรรม ถนนสายหลักของชุมชน จตุรัสของเมือง วัด ศาลาประชาคม สวนสาธารณะ ตลาด พื้นที่สาธารณะริมน้ำ และสนามกีฬา พื้นที่สาธารณะมีความสำคัญและจำเป็นกับชุมชน ดังนี้

- 1) เป็นศูนย์รวมกิจกรรมของคนในชุมชน
- 2) เป็นสถานที่พักผ่อน และสถานที่ประกอบกิจกรรมทางสังคม และวัฒนธรรมของคนในชุมชน รวมถึงการส่งเสริมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน
- 3) แสดงถึงเอกลักษณ์และประวัติศาสตร์ของชุมชนนั้น ๆ

ซึ่งปัญหาสำคัญของพื้นที่สาธารณะสำหรับประกอบกิจกรรมที่พบเสมอ คือ การกระจายตัวของพื้นที่สาธารณะมากเกินไป จนไม่มีผลต่อการใช้งานของคนในชุมชน ผู้ใช้งานจะมีพฤติกรรมให้ความสนใจพื้นที่ที่มีการใช้งานและมีกิจกรรมมาก ๆ เป็นจุดรวมกิจกรรมประกอบด้วย ตั้งอยู่บริเวณชุมทาง หรือเป็นจุดเชื่อมต่อของเส้นทางที่มีผู้ใช้งานเป็นประจำ พื้นที่รวมกิจกรรมไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไป เพื่อให้พื้นที่นั้นมีบรรยากาศของกิจกรรมหนาแน่นมีชีวิตชีวาและรอบ ๆ สถานที่โดยรอบ และควรมีการประกอบกิจกรรมที่สัมพันธ์สนับสนุนซึ่งกันและกัน

2.5.3 แนวคิดเพื่อการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน

การเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรสำหรับผู้อยู่อาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว อาศัยกรอบแนวคิดด้านต่าง ๆ คือ ด้านโครงข่ายการสัญจรในชุมชน รูปแบบการสัญจรสำหรับนักท่องเที่ยว และการพัฒนาเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านโครงข่ายทางสัญจรในชุมชน คือ การพัฒนาที่เพิ่มความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ส่งเสริมการทำกิจกรรมภายนอกบ้าน และการพบปะกันในชุมชน มีประเด็นที่ควรพิจารณาคือ

1) การออกแบบโครงข่ายทางสัญจร อเล็กซานเดอร์ และคณะ (Alexander and others, 1997) มีแนวคิดที่ว่า โครงข่ายทางสัญจรควรแยกทางสัญจรของคน และรถออกจากกัน เพื่อลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดกับคนเดินเท้าแต่ความจริงเป็นไปได้ยากที่จะแยกทางสัญจรออกจากกัน และจุดที่เป็นจุดตัดของคนและรถมักจะเป็นจุดที่มีชีวิตชีวาและพลุกพล่าน ดังนั้น จึงควรมีการจัดระบบโครงข่ายสัญจรบริเวณดังกล่าว ซึ่งมีความสำคัญและคนในชุมชนจดจำได้ง่าย ส่วนลักษณะของทางสัญจร (path shape) ไม่ควรเป็นแค่ทางสัญจรผ่าน แต่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะที่สามารถทำประโยชน์ได้ เช่น เป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมในชุมชน เป็นที่พบปะแลกเปลี่ยนข่าวสารของคนในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้ การพัฒนาโครงข่ายสัญจรมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาให้สมดุลกัน 2 ปัจจัยคือ ความสามารถในการเข้าถึง และความคล่องตัว (Oregon's State Agencies, 2005) โดยความสามารถในการเข้าถึง (accessibility) หมายถึง ความสามารถเข้าถึงแหล่งสินค้า แหล่งกิจกรรม หรือจุดหมายปลายทาง ส่วนความคล่องตัว (mobility) คือ ความสามารถในการเคลื่อนตัวไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเร็ว การพัฒนาทางสัญจรที่มุ่งเน้นความความเร็ว ความคล่องตัวอย่างเดียวมิได้หมายความว่า จะเกิดความเหมาะสมกับชุมชน ดังเช่นชุมชนที่มีทางหลวง (highway) ตัดผ่านชุมชน ซึ่งทางดังกล่าวมุ่งเน้นความคล่องตัว แต่ขณะเดียวกัน เป็นถนนที่มีกิจกรรมหลักของชุมชน (main street) จึงมักเกิดปัญหาการจราจร เพราะฝ่ายหนึ่งต้องการความเร็ว และคล่องตัว ส่วนอีกฝ่ายต้องการความปลอดภัย ความสบาย ความสวยงาม และความเป็นชุมชน ดังนั้น การจัดการเพื่อสร้างสมดุลระหว่างกลุ่มผู้ใช้ยานพาหนะเดินทางสัญจรผ่านชุมชน กับกลุ่มผู้ที่เดินเท้า ชี้อของ ทำธุรกิจร้านค้า และอยู่อาศัยริมทางจึงมีความสำคัญ

2) ความเหมาะสมของการสัญจร สไปเรเจน (Spreiregen, Paul D., 1965) ได้สรุปความเหมาะสมของการสัญจรในพื้นที่เมือง ดังนี้ การเดินทางด้วยเท้ามีความเร็วเฉลี่ย 2½

ไมล์ต่อชั่วโมง (ประมาณ 4 กิโลเมตรต่อชั่วโมง) เหมาะสมกับระยะทาง $\frac{1}{4}$ - $\frac{1}{2}$ ไมล์ (0.4-0.8 กิโลเมตร) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับบริเวณที่มีกิจกรรมมาก สำหรับการเดินทางด้วยรถยนต์ มีความเร็วเฉลี่ย 15-17 ไมล์ต่อชั่วโมง (24.1-27.4 กิโลเมตรต่อชั่วโมง) เหมาะกับการเดินทางไปยังสถานที่เฉพาะแต่ไม่จำกัดระยะทาง ส่วนการเดินทางโดยใช้รถจักรยาน ปาปาคอสตัส (Papacostas, C.S., 1983) ศึกษาว่าระยะทางที่เหมาะสมกับการใช้จักรยาน คือ ประมาณ 3 ไมล์ (ประมาณ 4.8 กิโลเมตร)

2. รูปแบบการสัญจรสำหรับนักทัศนอาจร เดชา บุญค้ำ และคณะ (2531) อธิบายว่า ในหลายกรณี เส้นทางนักทัศนอาจรเกิดขึ้นมาโดยอัตโนมัติจากการที่มีนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มใช้เส้นทางเดิมซ้ำอยู่เป็นประจำในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ เส้นทางนี้อาจจะเป็นทางรถยนต์ ทางเท้า ทางเรือหรืออื่น ๆ ซึ่งเป็นการใช้เส้นทางร่วมกับเส้นทางสัญจรปกติของเมือง หรืออาจเป็นการกำหนดเส้นทางขึ้นมาใหม่เป็นพิเศษสำหรับพาหนะที่รับนักท่องเที่ยวในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวมากพอควร และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจได้ในระดับสูง ตัวอย่างลักษณะเส้นทางสำหรับนักทัศนอาจร มีดังนี้

1) ทางเดินเท้า เป็นเส้นทางที่ใช้เกือบทุกเมือง เป็นอิสระ สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มย่อย และกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้ เพราะไม่ต้องมีตารางหรือกำหนดเวลาที่แน่นอน นักท่องเที่ยวสามารถหยุดแวะตามจุดที่สนใจได้ตามใจชอบ และจะหยุดพักนานเท่าใดก็ได้ นอกจากนั้นการเดินยังทำให้นักท่องเที่ยวเคลื่อนไหวไปในความเร็วระดับต่ำ ทำให้สามารถเห็นรายละเอียด ได้ใกล้ชิดกับสภาพบ้านเมืองอย่างเต็มที่ เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนได้ดี เป็นวิธีการที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษใด ๆ ต่อบ้านเมือง อีกทั้งเป็นการออกกำลังกายไปด้วยในขณะเดียวกัน การจัดทำทางเดินเท้าในเมืองทำได้ง่าย สะดวก ไม่ใช้พื้นที่มากนัก การลงทุนมีค่าใช้จ่ายไม่สูง และประชากรของเมืองได้รับประโยชน์จากการมีทางเดินเท้าที่ต่อเนื่องกันโดยตลอด

2) ทางจักรยาน (bike lane) เป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในบริเวณซึ่งค่อนข้างจะเป็นธรรมชาติ ผลงุภย เป็นเสมือนการออกกำลังกายในตัว มีข้อดีคือ การจัดบริการทำได้ง่าย ลงทุนไม่มากนัก ใช้พื้นที่ในการจัดสัญจรไม่มาก เป็นการเดินทางที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะใด ๆ รวมทั้งเป็นการประหยัดพลังงาน ได้ออกกำลังกาย แต่มีข้อจำกัดสำหรับเด็กเล็ก และผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ อีกทั้งยังอาจเกิดขัดแย้งกับพาหนะอื่น ๆ ในเมือง จนทำให้การจราจรติดขัดหรือเกิดอันตรายได้ โดยเฉพาะสำหรับเมืองขนาดใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับ อเล็กซานเดอร์ และคณะ (Alexander and others, 1997) ที่ระบุว่า ปัญหาที่พบได้บ่อยสำหรับผู้ใช้จักรยาน คือ การข้ามถนนที่มีการจราจรหนาแน่น การขับขึ้นบนถนนที่มีรถยนต์จอดอยู่ ทางจักรยานจึงควรมีความ

ปลอดภัยแก่ผู้ขับขี่ โดยแยกออกจากการสัญจรทางรถยนต์ หรือทางเท้าด้วยวิธีการตีเส้นแบ่งช่อง เป็นทางจักรยานโดยเฉพาะ

3) ทางรถยนต์หรือรถโดยสาร เส้นทางรถยนต์นี้ อาจจัดขึ้นโดยเป็นเส้นทางชมวิว (scenic drive) หรือเป็นเส้นทางที่มีจุดหยุดแวะพักตามทางไปเป็นระยะก็ได้ โดยจัดให้มีที่จอดรถ จัดศาลาที่พัก และอื่น ๆ ตามจุดหยุดพักเหล่านั้น

4) ยานพาหนะอื่น ๆ เช่น รถม้าเป็นพาหนะที่ได้บรรยากาศที่พิเศษแปลกไปกว่า การสัญจรปกติ แต่ต้องระมัดระวังการขัดแย้งกับระบบสัญจรอื่น ๆ ของเมืองด้วย

3. การพัฒนาเส้นทางสำหรับนักทัศนอาจร เดชา บุญค้ำ และคณะ (2531) ได้เสนอ แนวคิดในการพิจารณาปรับปรุงเส้นทางสำหรับนักทัศนอาจร ดังนี้

1) การกำหนดเส้นทาง การพิจารณาการกำหนดเส้นทางนักทัศนอาจรนี้ ควรกระทำอย่างรอบคอบ โดยสำรวจสังเกตการณ์จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบกับแนวโน้มที่ ควรจะเป็น เริ่มจากการพิจารณาดำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ภายในเมือง จัดลำดับ ความสำคัญ จากนั้น จึงพิจารณาดูว่าจะสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธี ไดบ้าง

2) การจัดเส้นทางในลักษณะวงบรรจบ เส้นทางนักทัศนอาจรส่วนมากจะจัดทำ ให้มีการสัญจรลักษณะวงบรรจบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลิน ไปตลอดทาง โดยไม่ต้องย้อนกลับเส้นทางเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจเกิดความรู้สึกเบื่อและเสียเวลา การใช้เส้นทางวงบรรจบมีข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่ต้องการ ทัศนาของของตนไว้ยังจุดเริ่มต้นจะสามารถกลับมายังจุดเดิมได้ง่าย

3) การจัดเส้นทางให้มีความแตกต่างภายในเมือง การกำหนดเส้นทางอาจ จัดทำขึ้นหลาย ๆ เส้นทาง เพื่อเสนอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลามากน้อยต่างกัน

4) การให้ข้อมูลข่าวสารในเส้นทาง เส้นทางนักทัศนอาจรจำเป็นต้องมีการ ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวตลอดทางอย่างสม่ำเสมอ ด้วยระบบป้ายหรือระบบอื่น ๆ เพื่อช่วยบอกทิศทาง และระยะเวลา เช่น การช่วยนักท่องเที่ยวในการกำหนดทิศทางตนเอง ด้วย ภูมิสัญลักษณ์ (landmark) การสร้างให้เกิดความต่อเนื่องกันของเส้นทาง ด้วยการใช่วัสดุปูพื้นที่ ทางเท้าที่เหมือนกันไปตลอดทาง หรือการใช่วัสดุพืชพันธุ์ที่เหมือนกันไปตลอดทาง เป็นต้น

5) พิจารณาจัดประเภทของพาหนะตามสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศ เส้นทางนักทัศนอาจรอาจจัดทำขึ้นโดยใช้พาหนะในการเดินทางต่างกัน ก่อให้เกิดความน่าสนใจ

แตกต่างกัน และต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศของเมือง และเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของตัวเมืองนั้นๆ

6) การปรับปรุงบริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทาง จุดเริ่มต้นมักจะเป็นจุดซึ่งอยู่ในย่านใจกลางเมือง เป็นจุดที่เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลต่าง ๆ รวมอยู่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้ในการตัดสินใจวางแผนการเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ บริเวณที่นั่งพักผ่อนน้ำ เป็นต้น จากที่กล่าวไว้ว่าในเมืองหนึ่ง ๆ อาจจัดให้มีเส้นทางนักทัศนาจรหลาย ๆ เส้นทางก็ได้ ด้วยพาหนะการเดินทางวิธีต่าง ๆ ดังนั้น จุดเริ่มต้นไม่ต้องมีจุดเดียว แต่อาจกระจายกันอยู่ตามบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวรวมกันอยู่ก็ได้

7) ความต่อเนื่องกับเส้นทางทัศนารภายนอกเมือง เส้นทางนักทัศนาจรไม่ควรทำอยู่ในเมืองเท่านั้น แต่ควรได้พิจารณาถึงความต่อเนื่องกับเส้นทางนักทัศนาจรภายนอกเมืองด้วย ซึ่งอาจเป็นเส้นทางเดียวกันหรือต่อเนื่องกันบางส่วนก็ได้

2.5.4 แนวคิดเพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน

การส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน อาศัยกรอบแนวคิดในการศึกษา คือ แนวคิดเรื่องทัศนนาการที่น่าประทับใจ และแนวคิดเรื่องจิตวิญญาณแห่งสถานที่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเรื่องทัศนนาการที่น่าประทับใจ เนื่องจากเมืองแต่ละแห่งมีองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศบางอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้เมืองมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งลักษณะเฉพาะนี้ อาจก่อให้เกิดความประทับใจหรือไม่พึงปรารถนา นาสาร์ (Nasar, Jack, 2006) เป็นผู้ที่ศึกษารูปแบบของทัศนนาการของเมืองที่ดี (city visually appealing) โดยศึกษาจากทัศนคติที่เกิดขึ้นจากผู้มาเยือนและผู้พักอาศัยในชุมชน ในหลาย ๆ เมือง ของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มี องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ปัจจัยที่ทำให้เมืองมีทัศนนาการที่น่าประทับใจ ประกอบด้วย

- 1) ความเป็นธรรมชาติ (naturalness) ได้แก่ ความเป็นชนบท ภูมิทัศน์ มีพืชพันธุ์ต้นไม้ มองเห็นแม่น้ำ ทะเลสาบ และภูเขา
- 2) มีการบำรุงรักษา (upkeep) ได้แก่ ความสะอาด มีการบำรุงรักษาที่ดี และไม่มีสิ่งปรักหักพังหรือสกปรก
- 3) การเปิดโล่ง (openness) ได้แก่ พื้นที่โล่งที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้ชัดเจน และไม่มีคนพลุกพล่านหรือจรรจาดติดขัด

4) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ (historical significance) คือ แหล่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่แท้จริง หรือสามารถสังเกตได้ว่าเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์

5) มีความเป็นระเบียบ (order) ได้แก่ บริเวณที่มีการจัดการที่ดีและสอดคล้องกัน องค์ประกอบและรูปแบบ (style) ต่าง ๆ ไม่ขัดแย้งกันหรือโกลาหล

นอกจากนี้ นาสาร์ (Nasar, Jack, 2006) อธิบายว่าในเมืองที่มีทัศนากการไร้ระเบียบ เมืองเหล่านี้มักมีบริเวณที่เต็มไปด้วยพื้นที่จอลดรอ อาคราที่ดู "จับฉ่าย" (hodgepodge) และป้ายปิดประกาศที่ดูยุ่งเหยิง สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจากสิ่งที่เหมาะสมเฉพาะตัว แต่อาจไม่เหมาะสมกับโดยรวม อาคารหรือป้ายเพียงแห่งเดียวอาจไม่ส่งผลกระทบใด ๆ แต่เมื่อมาอยู่รวมด้วยกันจะก่อให้เกิดทัศนากการที่ไม่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น การจัดทัศนากการของเมืองที่ดีมีความสำคัญต่อชุมชน ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงแต่เรื่องของรสนิยมหรือสุนทรียะศิลป์เท่านั้น เพราะทัศนากการที่ไร้ระเบียบ (visual disorder) และการปล่อยปะละเลย สามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต หรือความรู้สึกไม่ปลอดภัยจากอาชญากรรม ดังนั้น การควบคุมการออกแบบสิ่งที่ปรากฏ (appearance) ในสภาพแวดล้อมจำเป็นต้องมีการผลักดันสู่สาธารณะ โดยผู้นำในชุมชนควรริเริ่มทำการสำรวจทัศนคติของสาธารณะชนที่มีต่อลักษณะของเมือง ซึ่งจะนำไปสู่การควบคุมการออกแบบที่ทุกฝ่ายยอมรับได้

2. แนวคิดเรื่องจิตวิญญาณแห่งสถานที่ (spirit of place) หรือคำอื่นที่มีความหมายเดียวกัน ได้แก่ "genius loci" และ "sense of place" เป็นต้น เป็นแนวคิดด้านการสร้างประสบการณ์เชิงคุณภาพระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมในเมืองโดย ทอมิช (Tomich, Sinisa, 2006) อธิบายว่าจิตวิญญาณแห่งสถานที่ หมายถึง สถานที่ซึ่งมีลักษณะบรรยากาศเฉพาะของท้องถิ่นหรือชุมชน โดยมีสิ่งชี้นำต่าง ๆ (cues) ซึ่งสามารถช่วยบ่งบอกถึงความหมาย (meaning) หรือความทรงจำ (memory) และนัยต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ ซึ่งนัยที่แฝงเร้นเหล่านี้เปรียบเสมือนกับเป็น "จิตวิญญาณ" ของสถานที่ที่สัมผัสและรู้สึกได้ด้วยใจ ประสบการณ์เชิงคุณภาพนี้เกิดจากการให้ความสำคัญกับการสร้างสถานที่ (place-making) โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม พื้นที่สาธารณะ ภูมิทัศน์ และศิลปะในที่สาธารณะ การละเลยความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ก่อให้เกิดสภาพที่รุ่มรังไร้ระเบียบ (chaotic) สิ่งแวดล้อมที่ปราศจาก "จิตวิญญาณแห่งสถานที่" และทัศนากการที่น่าดู (visually pleasing) นั้น ก่อให้เกิดความความตึงเครียดและไร้ความหมาย การฟื้นฟูทัศนากการเพื่อช่วยสร้างเรื่องราวของสถานที่นั้น ต้องอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการออกแบบ เช่น การเปรียบเทียบ (analogy) การอุปมา (metaphor) การใช้ประวัติศาสตร์ คติความเชื่อ และตำนาน (myth and legend) ที่มีในพื้นที่มาเป็นประโยชน์ เป็นต้น

ชุมชนที่ส่งเสริม “จิตวิญญาณแห่งสถานที่” จะมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่าง มีลักษณะเฉพาะ ช่วยให้ผู้ที่อาศัยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และยังสร้างความน่าดึงดูดหลงใหล แก่ผู้มาเยือนด้วยสถานที่ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ สร้างความรู้สึกลือลืออวลารมณ์ และเกิดการเชื่อมโยงให้เรียนรู้ซึมซับแผ่นดิน ภูมิอากาศ สัมผัสอาหารและของที่ผลิตจากท้องถิ่น ช่วยบ่งบอกนัยด้านการดำรงวิถีชีวิตของคนที่อยู่ที่นี่ บ่งบอกถึงสิ่งที่พวกเขาทำ และสิ่งที่พวกเขาให้ความสำคัญ (Designing for Community Steering Committee, 2005)

โดยสรุปแนวคิดการออกแบบกายภาพในชุมชนแต่ละด้าน มีประเด็นสำคัญที่ใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพื้นที่องค์ประกอบทางกายภาพ ได้ดังนี้

ด้านการจัดประโยชน์พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมในชุมชน สิ่งสำคัญ คือ การปรับปรุงแหล่งรวมกิจกรรม (nodes) และพื้นที่สาธารณะ โดยวิเคราะห์สถานที่ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของเส้นทาง มีความหนาแน่นของผู้คนและกิจกรรม จากนั้น จึงเชื่อมโยงการสัญจรรูปแบบต่างๆ เข้าสู่พื้นที่ และปรับปรุงพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นพื้นที่สาธารณะขนาดเล็ก รายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมีกิจกรรมที่หลากหลายช่วยเสริมศักยภาพซึ่งกันและกัน โดยพื้นที่ต้องเอื้อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กัน การพบปะแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความคิดเห็น การพักผ่อน และส่งเสริมเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของชุมชนนั้น ๆ

ด้านการเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในชุมชน สิ่งสำคัญ คือ การพัฒนาโครงข่ายในชุมชนควรมีการจัดระบบบริเวณที่พลุกพล่านเป็นจุดตัดของคนและรถ ลักษณะของเส้นทางสัญจรควรเป็นพื้นที่สาธารณะที่สามารถทำประโยชน์ได้ การพัฒนาพื้นที่ริมทางหลวงที่ผ่านชุมชนควรจัดการเพื่อสร้างสมดุลระหว่างกลุ่มผู้ใช้ยานพาหนะที่ต้องการความคล่องตัว กับคนในชุมชนที่ต้องการความปลอดภัย ความสบาย ความสวยงาม และความเป็นชุมชน ส่วนรูปแบบทางสัญจรสำหรับนักท่องเที่ยว ต้องผลิตผลิติน สะดวก ปลอดภัย และสามารถเข้าถึงจุดที่น่าสนใจได้ง่าย โดยการกำหนดเส้นทางสำหรับนักทัศนอาจร ควรสำรวจสังเกตการณ์จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบกับการพิจารณาตำแหน่งและจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ภายในชุมชน จากนั้น จึงพิจารณาว่าจะเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีใดบ้าง

ด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน สิ่งสำคัญ คือ การพัฒนาองค์ประกอบทางกายภาพที่สร้างความประทับใจ ความภาคภูมิใจ และสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรม มีเรื่องราวของตนเอง โดยอาศัยแนวคิดเรื่องทัศนอาจรที่น่าประทับใจ และแนวคิดเรื่องจิตวิญญาณแห่งสถานที่สำหรับปัจจัยที่ทำให้เมืองมีทัศนอาจรที่น่าประทับใจต้องประกอบด้วยชุมชนที่มีความเป็นธรรมชาติ มีการบำรุงรักษา มีสภาพเปิดโล่ง มีนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์ และมีความเป็น

ระเบียบ ส่วนปัจจัยที่ทำให้เมืองมี "จิตวิญญาณ" มีเรื่องราว ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างสถานที่โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม พื้นที่สาธารณะ ภูมิทัศน์ และศิลปะในที่สาธารณะ โดยอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการออกแบบ เช่น การเปรียบเทียบ การอุปมา การใช้ประวัติศาสตร์ คติ ความเชื่อ และตำนานที่มีในพื้นที่มาเป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดเมืองมีบุคลิกที่เป็นเอกลักษณ์ สร้างความทรงจำ น่าค้นหา และน่าอยากรู้อยากเห็น ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว และช่วยให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.6 แนวคิดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือ "SWOT analysis" เป็นแนวคิดสำหรับการสำรวจสภาพแวดล้อมขององค์กร ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อการวางแผนแนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เดิมถูกสร้างขึ้นมา เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์องค์กรด้านธุรกิจอุตสาหกรรม แต่แนวคิดดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการใช้ในงานด้านอื่น ๆ เช่น การศึกษา การพัฒนาตนเอง หรือพัฒนาโครงการด้านอื่น ๆ เป็นต้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมีปัจจัยในการสำรวจสองด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายใน ที่พิจารณาจาก "จุดแข็ง-จุดอ่อน" (strength-weakness) และสภาพแวดล้อมภายนอกที่พิจารณาจาก "โอกาส-อุปสรรค" (opportunity-threat) (Schultz, Jerry, 2006) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายใน (internal environment) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ขีดสมรรถนะขององค์กรทั้งในด้านโครงสร้าง นโยบาย วิสัยทัศน์ กระบวนการทำงาน บุคลากร การเงิน เทคโนโลยี และการบริหารงานทั่วไป โดยพิจารณาเชิงบวกและเชิงลบดังนี้

1. จุดแข็ง (Strength: S) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในองค์กรว่ามีส่วนที่ดี มีความเข้มแข็ง มีความสามารถและศักยภาพที่ส่งเสริมความสำเร็จได้บ้าง โดยปัจจัยภายในที่เด่นถือว่ามีจุดแข็ง
2. จุดอ่อน (Weakness: W) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในองค์กรว่ามีส่วนเสีย ความอ่อนแอ ข้อจำกัด ความไม่พร้อม รวมทั้ง ประเด็นปัญหาและความต้องการอย่างไร โดยปัจจัยภายในที่ด้อยถือว่าเป็นจุดอ่อน

2.6.2 สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment) ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม และเทคโนโลยี โดยการพิจารณาเชิงบวกและเชิงลบดังนี้

1. โอกาส (Opportunity: O) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกว่า จะสร้างให้เกิดโอกาสใดแก่องค์กร โดยปัจจัยภายนอกที่เชื่อ ถือว่าเป็นโอกาส
2. อุปสรรค (Threat: T) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกว่า มีอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็นข้อจำกัดต่อองค์กร โดยปัจจัยภายนอกที่ไม่เชื่อ ถือว่าเป็นอุปสรรค

2.7 กรณีศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา

ลักษณะของชุมชนที่ประชาชนดำรงวิถีชีวิตด้วยการประกอบอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มิได้ปรากฏเพียงเฉพาะชุมชนด้านเกวียนเท่านั้น แต่ยังมีชุมชนอีกหลายแห่งที่มีลักษณะของสังคมการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน และยังคงประกอบอาชีพด้วยการสืบทอด และพัฒนาภูมิปัญญาในอดีตต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนเหล่านี้มีคุณค่าทางเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาและวิถีชีวิต ที่สามารถดึงดูดบุคคลภายนอกให้อยากเรียนรู้และท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนบางแห่งพัฒนาพื้นที่ และสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ของตนเอง เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างของชุมชนเครื่องปั้นดินเผาที่อยู่ในต่างประเทศ การศึกษาครั้งนี้ นำชุมชนที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผา 2 แห่ง มาพิจารณาศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดกิจกรรม และการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นแบบอย่างสำหรับการปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะสมกับชุมชนด้านเกวียนซึ่งมี ดังนี้

1. กรณีศึกษาที่ 1 เมืองโตโคนาเมะ ประเทศญี่ปุ่น
2. กรณีศึกษาที่ 2 เมืองอิชิเซน ประเทศญี่ปุ่น
3. เปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา

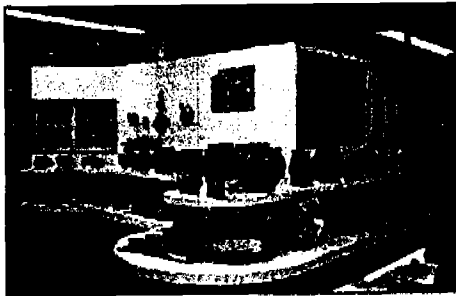
2.7.1 กรณีศึกษาที่ 1 เมืองโตโคนาเมะ ประเทศญี่ปุ่น

เมืองโตโคนาเมะ (Tokoname) ตั้งอยู่ในเขตปกครองจังหวัดไอจิ (Aichi Prefecture) มีประชากรประมาณ 52,000 คน และมีพื้นที่ 49.6 ตารางกิโลเมตร เมืองดังกล่าวมีประวัติศาสตร์การทำภาชนะเครื่องปั้นดินเผายาวนานกว่า 900 ปี (Sekaibunka Publishing Inc., 2006) ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิกของเมืองมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ ข้อมูลสำรวจปี ค.ศ. 1996 พบว่า ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก มีมูลค่ากว่า 111,178,460,000 เยน หรือร้อยละ 56.4% ของผลผลิตมวลรวมของเมือง (Sekaibunka Publishing Inc., 2006) ทั้งนี้ เพราะเมืองดังกล่าวมิได้มีเฉพาะการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม แต่ยังเป็นแหล่งทำผลิตภัณฑ์ใช้งานที่ทันสมัยในปัจจุบันเช่นเครื่องสุขภัณฑ์ แผ่นกระเบื้องเซรามิก และภาชนะตั้งโต๊ะ เป็นต้น ความยาวนานทางประวัติศาสตร์และความสำคัญทางเศรษฐกิจทำให้เมืองดังกล่าวมีองค์ประกอบของสถานที่และกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก หลายรูปแบบดังนี้

1. องค์ประกอบด้านสถานที่ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิกของเมืองโตโคนาเมะมีปรากฏแทรกอยู่ตามบริเวณต่าง ๆ ในชุมชนหลายแห่ง ทั้งที่เป็นสถานที่สาธารณะ และพื้นที่ของเอกชน ตัวอย่างทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผา-เซรามิกภายในชุมชน (ดังตารางที่ 2.1)

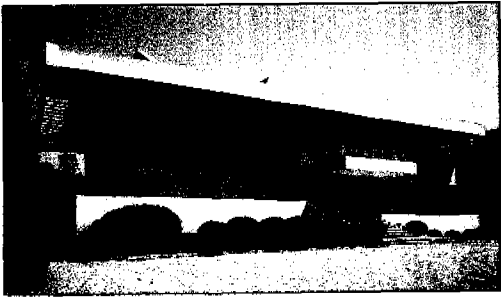
ตารางที่ 2.1

สถานที่ในเมืองโตโคนาเมะ

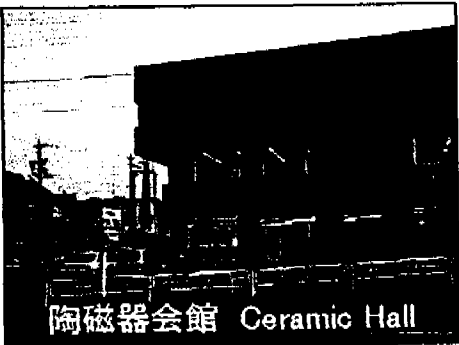
การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว อยู่ในอาคารสถานีรถไฟเมืองโตโคนาเมะ ภายในจัดแสดงภาชนะและผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ เป็นการนำเสนอเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้รู้จักผลิตภัณฑ์และสถานที่น่าชมต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในบริเวณเมือง

ที่มา: Sekaibunka Publishing Inc., 2006.

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	การจัดภูมิทัศน์ ใช้เครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปะสาธารณะ (public art) เช่น การจัดวางภาชนะขนาดใหญ่บนฐานริมทางเดินช่วยให้ผู้ผ่านไปมาเพลิน บริเวณทางลาดจะพบผนังกำแพงของเตาเผาประดับแผ่นกระเบื้องนูนต่ำที่ทำขึ้นโดยเด็กนักเรียนชั้นประถม หรือแม้แต่ตรอกที่แคบ ยังสามารถพบเห็นการใช้ชิ้นส่วนดินเผาและท่อเซรามิก นำมาใช้ประโยชน์ก่อกำแพงดินหรือปูพื้นทั่วไปในเมือง กลายเป็นภูมิทัศน์รูปแบบหนึ่งของเมืองที่สร้างเอกลักษณ์แก่ชุมชน
	พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์เครื่องปั้นเซรามิก Ceramic History Museum ภายในจัดแสดงเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิกกว่า 3000 ชิ้น ในพิพิธภัณฑ์ยังมีวัตถุทางโบราณคดี และสิ่งของพื้นบ้านที่แสดงให้เห็นบทบาทของภาชนะโตโคนาเมะกับชีวิตประจำวันตั้งแต่อดีต
	สถาบันศิลปะเครื่องปั้นเซรามิก Ceramic Art Institute เป็นสถานที่จัดแสดงภาชนะในยุคคริสตศตวรรษที่ 17-19 เป็นแหล่งให้ความรู้ในกระบวนการผลิตภาชนะดินเผา-เซรามิก และเป็นแหล่งก่อกำเนิดศิลปะการทำเครื่องปั้นเซรามิกสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนเป็นช่างปั้น ผู้เยี่ยมชมสามารถซื้อผลงานของผู้ฝึกเรียน หรือสามารถร่วมกิจกรรมลงสี ตกแต่งถ้วยชาที่เตรียมไว้เพื่อนำไปเผา

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	ย่านจตุรัสเตาเผา Noborigama Hiroba Climbing Kiln Square บริเวณดังกล่าวแต่ก่อนเคยมีโรงงานเครื่องปั้นดินเผาจำนวนมาก แต่ปัจจุบันเป็นศาลาจัดนิทรรศการ (exhibition pavilion) มีลานและเตาเผาแบบ "down-draft" ที่ได้รับการอนุรักษ์เอาไว้ ตรงกลางลานมีอนุสาวรีย์ขนาดใหญ่สูง 6 เมตร ทำขึ้นโดยศิลปินช่างปั้น ที่นี้มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์การปั้นภาชนะ ซึ่งต้องติดต่อจองล่วงหน้า
	เซรามิก ฮอลล์ Ceramic Hall เป็นสถานที่แสดงและจำหน่ายภาชนะดินเผา-เซรามิก เป็นแหล่งแนะนำ โฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยเป็นสื่อกลางแก่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการเดินสัญจรตามเส้นทาง โดยมีบริการอาสาสมัครมัคคุเทศก์ช่วยแสดงเส้นทางสัญจรโดยรอบแก่ผู้ที่ต้องการ(บริการดังกล่าวต้องติดต่อจองล่วงหน้า)
	ย่าน เซรา มอลล์ ย่าน "Cera Mall" คือ แหล่งขายส่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของเมืองโตโคนาเมะ ซึ่งเป็นแหล่งจับจ่ายซื้อหาที่ใหญ่ที่สุดทั้งขนาดและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในราคาที่ต่ำ พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ภัตตาคาร สวนสาธารณะ เล็ก ๆ และที่จอดรถ 300 คัน มีพื้นที่รวมกว่า 50,000 ตารางเมตร

2. องค์ประกอบด้านกิจกรรม กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก และการท่องเที่ยวในเมืองโตโคนาเมะแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการจัดประสบการณ์เรียนรู้และการจัดงานเทศกาล นอกจากในสถานบันศิลปะเครื่องปั้นเซรามิก ซึ่งมีการจัดหลักสูตรฝึกฝนศิลปะการทำเครื่องปั้นสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนเป็นช่างปั้น และมีกิจกรรมสำหรับผู้เยี่ยมชมในการทดลองลงสีเครื่องปั้นแล้ว เมืองโตโคนาเมะยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจ (ดังตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2

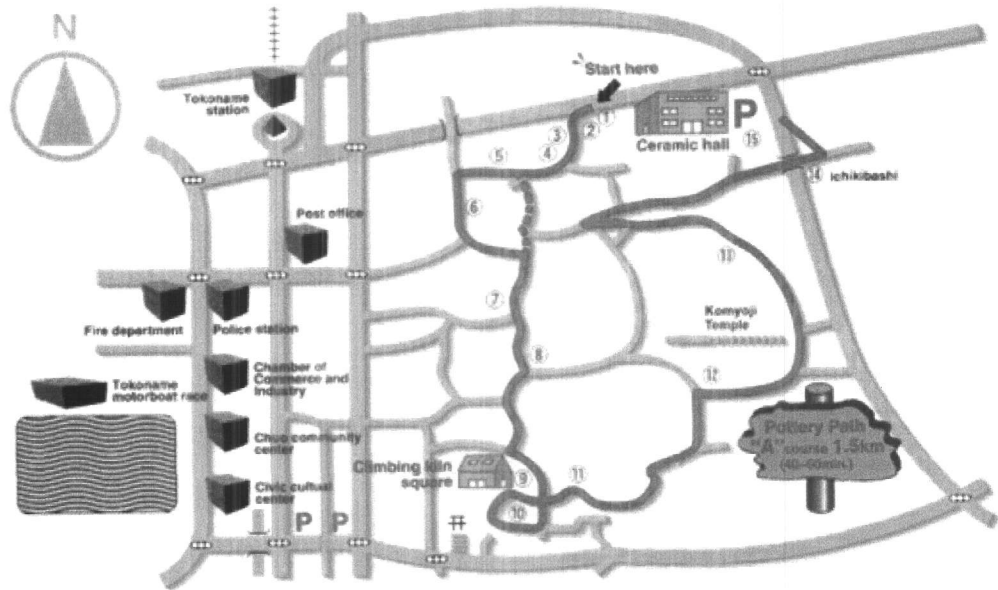
กิจกรรมในเมืองโตโคนาเมะ

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	โครงการ IWCAT (กิจกรรมภาคฤดูร้อนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและฝึกฝนศิลปะการทำเครื่องปั้นสำหรับชาวต่างชาติ) -- กิจกรรมดังกล่าวจัดโดยหน่วยงาน International Workshop of Ceramic Art in Tokoname (IWCAT) วัตถุประสงค์คือการเชิญชวนคนจากทั่วโลกที่สนใจได้มาเรียนรู้ศิลปะการทำเครื่องปั้นเซรามิก และร่วมอยู่อาศัยในบ้านของคนในท้องถิ่น (home stay) ทุกปีจะมีผู้ที่สนใจหรือศิลปินประมาณ 15-20 คน จากประมาณ 10 ประเทศเดินทางมาร่วมกิจกรรม (workshop) โครงการดังกล่าว วางแผนและจัดการ โดยกลุ่มอาสาสมัครภายในท้องถิ่น
	การจัดเทศกาลมหกรรมเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก เมืองโตโคนาเมะ เทศกาลนี้จัดขึ้น ในช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี ในงานจะมีการนำภาชนะจากศิลปิน ผู้ผลิต และผู้ค้าส่งมาจำหน่ายในราคาถูก มีการแสดงดอกไม้ไฟยามค่ำคืน และการประกวดแข่งขันเครื่องปั้นเซรามิก เทศกาลดังกล่าวมีผู้ชมกว่า 300,000 คนในแต่ละปี

2) ด้านการจัดเส้นทางสัญจรท่องเที่ยวในชุมชน เป็นเส้นทางผ่านจุดนำชมต่าง ๆ ระหว่างเส้นทางจะพบกับบ้านเรือนแบบดั้งเดิม สถานปฏิบัติงานของช่างปั้น (workshops) อาคารสถานที่และบรรยากาศที่น่าสนใจอื่น ๆ โดยเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นเส้นทางแบบเดินเท้าที่แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง (ดังตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3
การจัดเส้นทางสัญจรท่องเที่ยวในเมืองโตโคนาเมะ

เส้นทาง "A" (เส้นทางดังภาพ)	เส้นทาง "B" (ไม่มีภาพเส้นทางประกอบ)
ระยะเวลาในการสัญจร : 40-60 นาที (1.5 กิโลเมตร) สถานที่สำคัญและจุดนำชมโดยสังเขป : เส้นทางเริ่มต้นที่ "ceramic hall" ผ่านจุดนำชมต่าง ๆ เช่น ภูมิทัศน์ศิลปะริมทางสัญจร (อาทิ เครื่องปั้นบนฐานริมทางเท้า และแผ่นกระเบื้องนูนต่ำบนข้างกำแพง)/ ผ่านบ้านเรือนที่มีผลิตภัณฑ์เรียงรายริมทาง และเห็นทิวทัศน์ของปล่องเตาเผาทั่วเมืองกว่า 90 แห่ง/ ผ่านทางลาดชันแคบ ๆ ที่มีกำแพงและพื้นปูด้วยชิ้นส่วนของภาชนะดินเผา/ ผ่านย่านจตุรัสเตาเผา (climbing kiln square)/ ผ่านอดีตเตาเผาที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ / และวกกลับสู่จุดเริ่มต้น	ระยะเวลาในการสัญจร : 2 ชั่วโมง 30 นาที (4 กิโลเมตร) สถานที่สำคัญและจุดนำชมโดยสังเขป : เส้นทางนี้เริ่มต้นและสิ้นสุดที่ "ceramic hall" เช่นกัน แต่เส้นทาง "B" เป็นเส้นทางที่ผ่านย่านที่เป็นตัวเมือง มีระยะทางและสถานที่ซึ่งต้องใช้เวลายืดเยื้อชมนานกว่า ระหว่างเส้นทางมีสถานที่และจุดนำชมเช่น Ceramic Art Institute/ The Ceramic History Museum / INAX Tile Museum และ The Kiln Museum Gallery เป็นต้น



2.7.2 กรณีศึกษาที่ 2 เมืองอิจิเซน ประเทศญี่ปุ่น

เมืองอิจิเซน (Echizen) ตั้งอยู่ในเขตปกครองจังหวัดฟุกุยกุ (Fukui Prefecture) มีประชากรประมาณ 24,495 คน และมีพื้นที่ 152.9 ตารางกิโลเมตร (Wikimedia Foundation, 2006) เมืองดังกล่าวมีองค์ประกอบของสถานที่และกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก หลายรูปแบบดังนี้

1. องค์ประกอบด้านสถานที่ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิกของเมืองอิจิเซน นอกจากแหล่งเตาเผาของผู้ผลิตตามพื้นที่ต่าง ๆ ในชุมชนหลายแห่งแล้วยังมีบริเวณที่จัดทำเป็นอุทยาน ซึ่งพัฒนาขึ้นเป็นการเฉพาะสำหรับสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นและการพักผ่อนนันทนาการของชาวเมือง (ดังตารางที่ 2.4)

ตารางที่ 2.4
สถานที่ในเมืองในเมืองอิจิเซน

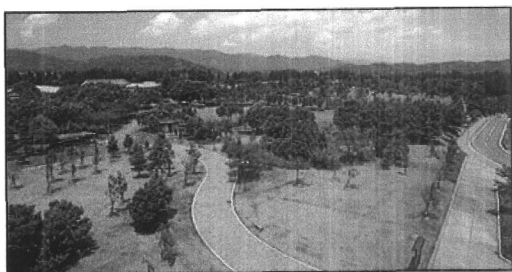


ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

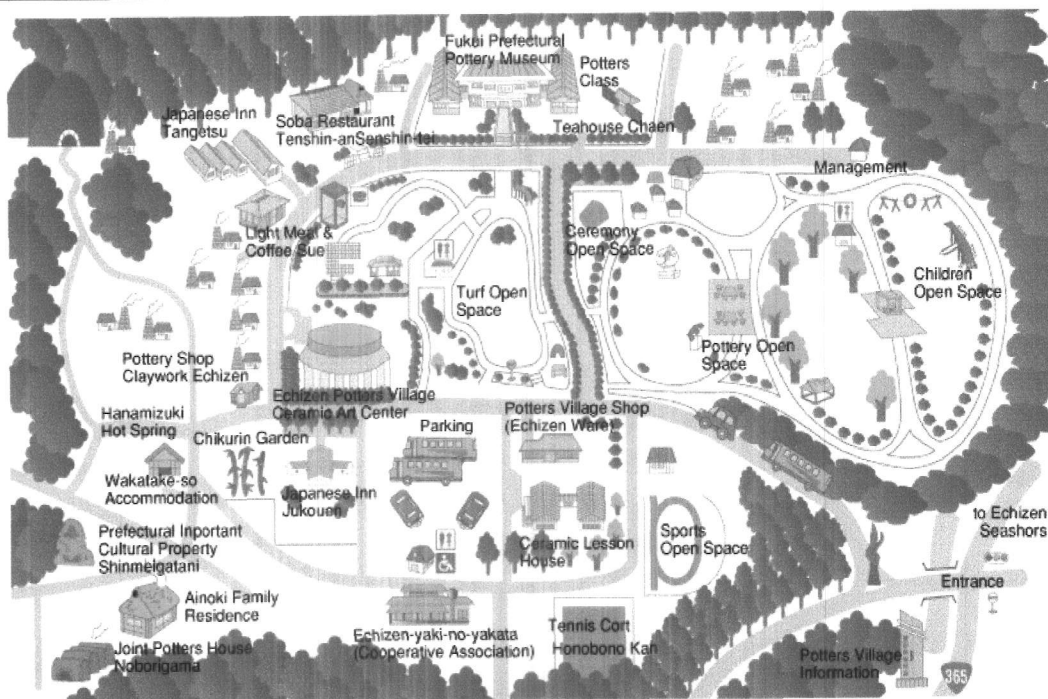
ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก

พื้นที่ภายในอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน



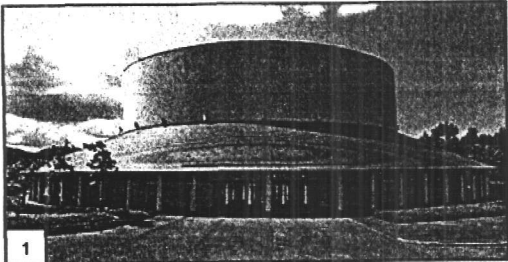
Echizen Toge Koen park เป็นบริเวณที่พัฒนาขึ้นสำหรับสนับสนุนกิจกรรมด้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นของเมือง แบ่งออกเป็นหลายพื้นที่เช่น เขตลานธรรมชาติ เขตลานแสดงงานประติมากรรม เขตกิจกรรมนันทนาการ และเขตการแสดง (entertainment zone) ภายในพื้นที่อุทยานยังมีสถานที่ปฏิบัติงานของช่างปั้น (workshops) และสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ สร้างความดึงดูดแก่ผู้ที่สนใจงานเครื่องปั้นดินเผา



สถานที่น่าชมในพื้นที่อุทยานฯ ได้แก่ Fukui Prefectural Pottery Museum/ เรือนขงน้ำชา/ Echizen Potters' Village Ceramic Art Center/ สวนไผ่ (Chikurin or Bamboo Grove Garden)/ แหล่งเตาเผาแบบ cave kiln และแบบ climbing kiln เป็นต้น นอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูล/ ลานกิจกรรม/ ป่อน้ำร้อน บ้านพัก/ สนามเด็กเล่น/ ลานจอดรถ/ ร้านอาหาร/ ร้านกาแฟ/ สนามกีฬา/ บ้านพักอาศัยและร้านค้าของช่างปั้น และที่ทำการสหกรณ์ (cooperative association)

ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

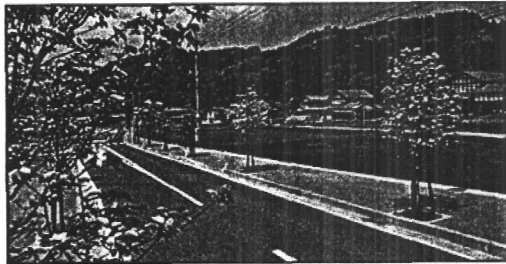
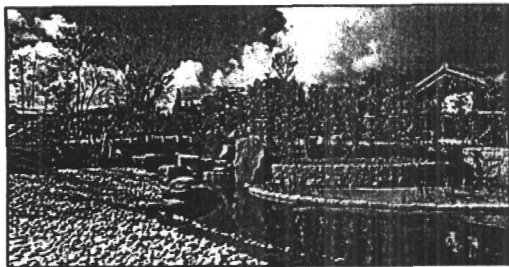
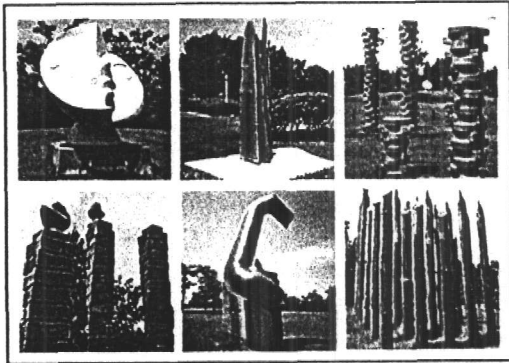
ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	ศูนย์ศิลปะช่างปั้นดินเผาอิชิเซน ศูนย์ศิลปะช่างปั้นดินเผาอิชิเซน (Echizen Potters' Village Ceramic Art Center) สถานที่ดังกล่าวมิได้มีเพียงห้องโถงแสดงนิทรรศการชิ้นงานภาชนะดินเผา แต่ยังเป็นสถานที่ซึ่งออกแบบและวางแผนไว้สำหรับให้คนกลุ่มต่าง ๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรม ศิลปะ การปั้นดินเผา และใช้สำหรับรองรับกิจกรรมที่หลากหลายที่เกี่ยวข้อง อาคารดังกล่าว ตั้งอยู่ภายในเขตอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน
	พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจังหวัด ฟุกุยกิ Fukui Prefectural Pottery Museum เป็นที่แสดงผลงานเครื่องปั้นดินเผาแบบอิชิเซนตั้งแต่ยุคเก่าจนถึงแบบร่วมสมัย ภายในพิพิธภัณฑ์มีห้องงานของช่างปั้น (workshops) ใช้จัดกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้และทดลองวิธีการปั้นภาชนะดินเผาแบบอิชิเซนด้วยฝีมือตนเอง และมีเรือนชงน้ำชา "chaen" สร้างอยู่ติดกัน ใช้เป็นที่จัดแสดงประเพณี พิธีชงชา ในภาชนะแบบอิชิเซน พิพิธภัณฑ์นี้ทำให้ผู้มาเยือนเห็นคุณค่าของเครื่องปั้นดินเผาแบบอิชิเซนโดยใช้กลวิธีนำเสนอแบบได้เห็น ได้ทำ และได้สัมผัส (see, make and touch) ผู้ที่สนใจกิจกรรมชงชาต้องเตรียมค่าบริการชงชาเสียคนละ 300 เยน อาคารดังกล่าวตั้งอยู่ภายในเขตอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน

ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก



การจัดภูมิทัศน์

การจัดองค์ประกอบภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวในเมืองอิชิเซนมีหลายลักษณะเช่น

ลานประติมากรรม อยู่ภายในบริเวณอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน มีลานแสดงผลงานสร้างสรรค์ของศิลปินที่มีชื่อเสียงกว่า 15 ผลงาน สร้างความผ่อนคลายและเพลิดเพลินแก่ผู้ที่มาเยือน

สวนไผ่ (bamboo grove garden) อยู่ภายในพื้นที่ของอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน เป็นสวนมีบรรยากาศสงบเงียบน่าพักผ่อน ออกแบบในลักษณะของสวนญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม โดยเน้นการจัดสวนด้วยต้นไม้ที่มีความงามแตกต่างกัน 29 ชนิดที่รวบรวมมาจากประเทศต่าง ๆ (ค่าเข้าชม 100 เยน)

ภูมิทัศน์ริมทาง บนทางหลวงหมายเลข 365 ซึ่งเป็นถนนสายหลักของชุมชน (main street) มีการปลูกทางเท้าด้วยแผ่นกระเบื้องดินเผา-เซรามิก ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นของเมือง และปลูกต้น "dogwoods" ซึ่งเป็นไม้ดอกที่เป็นสัญลักษณ์ทางการของเมืองนอกจากนี้ยังประดับด้วยโคมไฟที่ออกแบบเป็นรูปทรงของดอกไม้ชนิดดังกล่าว ให้ความสวยงามและส่องสว่างในยามค่ำคืน

ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

2. องค์ประกอบด้านกิจกรรม ที่ช่วยส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และการท่องเที่ยวในเมืองอิจิเซน สามารถแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการจัดประสบการณ์เรียนรู้และการจัดงานเทศกาล เมืองอิจิเซนมีการจัด กิจกรรมประเภทดังกล่าวหลายกิจกรรม (ดังตารางที่ 2.8)

ตารางที่ 2.5

กิจกรรมในเมืองอิจิเซน

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	การจัดกิจกรรม ประสบการณ์ทำเครื่องปั้นดินเผา (pottery making experience)
	เป็นกิจกรรมภายในอาคาร Fukui Prefectural Pottery Museum โดยเสนอประสบการณ์แก่ผู้ร่วมกิจกรรม ให้มีโอกาสดำลองใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานภาชนะดินเผาของตนเอง <u>ลักษณะการดำเนินการ</u> ผู้ที่สนใจกิจกรรมต้องติดต่อจองล่วงหน้า โดยมีหลักสูตรเชิงประสบการณ์แบ่งเป็น 3 หลักสูตรคือ 1) การหัดปั้นด้วยมือ (hand making course) มีค่าใช้จ่ายคนละ 1000 เยน พร้อมกับดิน 1 กิโลกรัม 2) การหัดลงสี (painting course) มีค่าใช้จ่ายคนละ 400 เยน สำหรับถ้วยชาหรือ 1000 เยนสำหรับแจกันใส่ดอกไม้ นอกจากนี้ ยังมีภาชนะแบบอื่นๆ ให้เลือกเพื่อลงสี 3) การปั้นด้วยแป้นหมุนไฟฟ้า มีค่าใช้จ่ายคนละ 100 เยน สำหรับดิน 1 กิโลกรัม ค่าใช้แป้นหมุนอีก ชั่วโมงละ 100 เยน และ คำนวณชิ้นงานเข้าเตาเผา 900 เยน

ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

การท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา-เซรามิก	
	การจัดกิจกรรม ประสบการณ์เผาภาชนะเครื่องปั้น (climbing kiln firing experience) เป็นกิจกรรมที่ให้ผู้สนใจได้สัมผัสกระบวนการเผาภาชนะของตนเอง โดยใช้เตาเผาที่เทศบาลเป็นผู้ครอบครอง กิจกรรมดังกล่าวรวมถึงการนำผลงานของผู้เข้าร่วมมาจัดแสดงเมื่อทำเสร็จสมบูรณ์ กิจกรรมดังกล่าวเป็นที่นิยมเพราะผู้เข้าร่วมได้สัมผัสกระบวนการจริงในทุกขั้นตอน ลักษณะการดำเนินการ ผู้ที่ร่วมกิจกรรมจะได้สัมผัสกระบวนการตามลำดับคือ ปั้นดินเป็นภาชนะ นำภาชนะเข้าไปวางในเตาเผา เผาภาชนะ และนำออกมาจัดแสดงผลงาน กิจกรรมดังกล่าวจะจัดขึ้นในช่วง เดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม ของทุกปี จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมคราวละ 100 คน โดยมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมคนละ 10,000 บาท
	การจัดเทศกาลถนนกรรมเครื่องปั้นดินเผาเมืองอิชิเซน เทศกาลนี้จัดขึ้นเป็นเวลา 3 วัน (ในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนพฤษภาคมของทุกปี โดยใช้สถานที่ภายในอุทยานเครื่องปั้นดินเผาอิชิเซน ในเทศกาลประกอบด้วยงานขายสินค้าภาชนะเครื่องปั้นเซรามิก ที่นำมาลดราคา 20% ถึง 30% จากราคาปกติ ผู้เยี่ยมชมในงานจะเพลิดเพลินกับกิจกรรมที่หลากหลายอื่น ๆ เช่น การแสดงดนตรี การเลือกรับทานอาหารจากร้านอาหารพื้นเมืองที่ทำเป็นพิเศษ การแสดงความบันเทิงแบบพื้นเมือง และพิธีชงชาแบบญี่ปุ่น เป็นต้น เทศกาลสามารถดึงดูดผู้ชมกว่า 100,000 คนในแต่ละปี

ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

2) ด้านการจัดเส้นทางทัศนอาหรในชุมชน เมืองอิชิเซนมีการจัดเส้นทางทัศนอาหรทางจักรยาน โดยเตรียมจักรยานไว้สำหรับเช่าบริการแก่ผู้ที่สนใจ เส้นทางผ่านพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกอุทยานเครื่องปั้น ฯ ในระหว่างเส้นทางมีจุดนำชมต่าง ๆ (ดังตารางที่ 2.6)

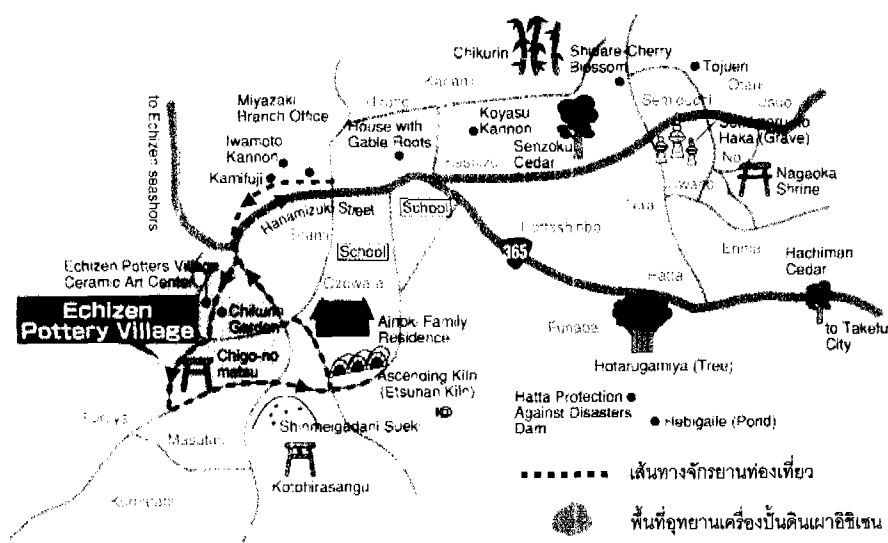
ตารางที่ 2.6

การจัดเส้นทางสัญจรท่องเที่ยวในเมืองอิชิเซน

เส้นทางจักรยานท่องเที่ยว เมืองอิชิเซน

สถานที่สำคัญและจุดนำชมโดยสังเขป : เส้นทางเริ่มต้นที่ Echizen pottery village ceramic art center/ ผ่านแหล่งเตาเผาที่สำคัญ 2 แห่งคือ Shinmeigatani Sueki และ Etsunan ascending kiln/ ผ่านบ้าน Ainoki-tei ซึ่งเป็นอาคารเก่าแก่ในสมัยเอโดะ/ ผ่านทางหลวงหมายเลข 365 (มีการจัดภูมิทัศน์ทั้งดงามด้วยพันธุ์ไม้ประจำเมือง)/ ผ่านอาคาร Miyazaki branch office (มีผนังอาคารประดับด้วยกระเบื้องเซรามิก)/ ผ่าน จุดนำชมอื่น ๆ เช่นรูปสลักพระพุทธรูปบนหน้าผาหิน (Iwamoto kannon)/ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นเมืองอิชิเซน/ สวนไผ่/ พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจังหวัด ฟุกุยกิ (Fukui Prefectural Pottery Museum)/ และกลับสู่จุดปลายทางที่จุดเริ่มต้น

ลักษณะการดำเนินการ : เก็บค่าเช่าจักรยานคนละ 500 เยน



ที่มา: Echizen town Miyazaki Tourism Association, 2006.

2.7.3 เปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา

จากกรณีศึกษาชุมชนเครื่องปั้นดินเผาทั้งสองแห่ง พบว่า มีองค์ประกอบสถานที่และกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ และแตกต่างกันบ้างในบางประเด็น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลสำรวจเบื้องต้นของชุมชนด้านเกวียนมาเปรียบเทียบกับชุมชนทั้งสองแห่งด้วย ซึ่งรายละเอียดของการสำรวจองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนด้านเกวียนจะเสนอโดยละเอียดอีกครั้งในบทที่ 4

ตารางที่ 2.7

เปรียบเทียบองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนเครื่องปั้นดินเผา

กิจกรรมและองค์ประกอบ	เมืองโตโคนาเมะ	เมืองอิชิเซน	เมืองดำนเกวียน
ขนาดประชากรและพื้นที่			
	52,000 คน / พื้นที่ 49.6 ตารางกิโลเมตร	24,495 คน / พื้นที่ 152.9 ตารางกิโลเมตร	8,504 คน / พื้นที่ 10.17 ตารางกิโลเมตร
องค์ประกอบด้านสถานที่			
การจัดภูมิทัศน์	☒ - จัดภูมิทัศน์ ตามเส้นทางสัญจรในชุมชน	☒ - จัดภูมิทัศน์ ตามเส้นทางสัญจรในชุมชน - พัฒนาพื้นที่บางส่วน เป็น อุทยานเครื่องปั้นดินเผา (Echizen Toge Koen Park)	☒ - จัดภูมิทัศน์ ตามเส้นทางสัญจรในชุมชน แต่มีเพียงบางพื้นที่ และขาดรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์
ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	☒ - ในอาคารสถานีรถไฟของเมือง	N / A - ไม่พบข้อมูล	☒ - เดิมเคยมีแต่ปัจจุบันยุติกิจการ
พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของชุมชน	☒ - ได้แก่ "Ceramic History Museum"	☒ - ได้แก่ "Fukui Prefectural Pottery Museum"	☒ - ไม่ปรากฏ
สถาบันที่ส่งเสริมและพัฒนา ศิลปะเครื่องปั้นดินเผาของชุมชน	☒ - ได้แก่ "Ceramic Art Institute"	☒ - ได้แก่ "Echizen Potters' Village Ceramic Art Center"	☒ - ไม่ปรากฏ
พื้นที่ลานกิจกรรมที่ใช้จัดกิจกรรมด้านเครื่องปั้น ดินเผา-เซรามิก	☒ - ได้แก่ "Climbing Kiln Square"	☒ - ได้แก่ "Ceremony Open Space" และ "Pottery Open Space"	☒ - ได้แก่ "ลานกิจกรรม" (main plaza village)

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ ☒ หมายถึง มีองค์ประกอบนี้ภายในชุมชน ☒ หมายถึง ไม่พบองค์ประกอบนี้ภายในชุมชน และ N/A หมายถึงไม่พบข้อมูล

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

กิจกรรมและองค์ประกอบ	เมืองโตโคนาเมะ	เมืองอิจิเซน	เมืองดำนเกวียน
องค์ประกอบด้านสถานที่			
แหล่งตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบร้านค้าในพื้นที่รวม (plaza)	☒ - ได้แก่ ย่าน "Cera mall" (แหล่งขายส่งเครื่องปั้นดินเผา)	N / A - ไม่พบข้อมูล	☒ - มี 2 แห่ง ได้แก่ "ลานดำนเกวียน" และ "ดำนเกวียน พลาซ่า SYR"
องค์ประกอบด้านกิจกรรม			
การจัดหลักสูตรฝึกฝนเรียนรู้ศิลปะการทำเครื่องปั้น	☒ - มีผู้ดำเนินการจัดกิจกรรม เช่น - หลักสูตรฝึกฝนศิลปะการทำเครื่องปั้นสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนเป็นช่างปั้น - กิจกรรมสำหรับผู้เยี่ยมชม ในการลงสีเครื่องปั้น - กิจกรรมภาคฤดูร้อน เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม และฝึกฝนศิลปะการทำเครื่องปั้นสำหรับชาวต่างชาติ	☒ - มีผู้ดำเนินการจัดกิจกรรม เช่น - กิจกรรมสัมผัสประสบการณ์ การปั้น ลงสี ภาชนะดินเผา - กิจกรรมสัมผัสประสบการณ์ การเผาภาชนะในเตาเผา	☒ - ไม่มีการจัดหลักสูตรหรือแหล่งกิจกรรมเป็นทางการ (นักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจ ต้องแสวงหาและขอศึกษาเรียนรู้เอาเองจากช่างปั้น)
การจัดเทศกาลเครื่องปั้นดินเผา	☒ - ดำเนินการปีละ 1 ครั้ง	☒ - ดำเนินการปีละ 1 ครั้ง	☒ - มีโครงการอยู่ในขั้นเริ่มต้น
การจัดเส้นทางทัศนาร			
รูปแบบการทัศนารท่องเที่ยว	☒ - มีเส้นทางเดินเท้า 2 เส้นทาง	☒ - มีเส้นทางจักรยาน 1 เส้นทาง	☒ - ยังไม่มีการจัดเส้นทางที่ชัดเจน

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ ☒ หมายถึง มีองค์ประกอบนี้ภายในชุมชน ☒ หมายถึง ไม่พบองค์ประกอบนี้ภายในชุมชน และ N/A หมายถึงไม่พบข้อมูล