

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation)
- 2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
- 2.3 แนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Cluster Concept)
- 2.4 แนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Significant Values)
- 2.5 การวางแผนและพัฒนากการสื่อความหมาย (Planning and Implementation for Interpretation)
- 2.6 ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Studies)
- 2.8 สรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation)

2.1.1 คำนิยามการสื่อความหมาย (Definition of Interpretation)

คำนิยามของการสื่อความหมายในบริบทของการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายแนวคิด ได้แก่ Tilden (1997) ได้ให้นิยามความหมายของการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นกิจกรรมในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายและความสัมพันธ์ตลอดจนการใช้วัสดุต้นแบบโดยแสดงความหมายผ่านสื่อหรือเครื่องมือที่เป็นมากกว่าการสื่อสารข้อมูลความจริงโดยทั่วไป

Beck และ Cable (1998) กล่าวว่า การสื่อความหมายเป็นกิจกรรมทางการศึกษาที่มีจุดประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของมนุษย์ผ่านเครื่องมือการสื่อความหมายหลากหลายรูปแบบเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ ช่างชื่นใจและเพื่อนำไปสู่การปกป้องแหล่งประวัติศาสตร์และการตระหนักในธรรมชาติ การสื่อความหมายเป็นกระบวนการในการกระตุ้นและการจัดการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

Hall และ McArthur (1996) ได้กล่าวว่า บทบาทการให้ความรู้ของการสื่อความหมายไม่ได้เป็นเพียงการให้ความจริงหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอดีตแต่เป็นการเปิดโอกาสสำหรับการสอบถามและพินิจพิเคราะห์ทั้งอดีตและปัจจุบัน

McArthur (1998) ได้ให้ความหมายของการสื่อความหมายว่าเป็นกระบวนการการสื่อสารเพื่อช่วยให้มนุษย์ได้ค้นพบอัตลักษณ์ของสิ่งของสถานที่ บุคคล เหตุการณ์ เป็นกระบวนการในการกระตุ้นและการส่งเสริมความซาบซึ้งใจในมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและการสื่อสารแนวคิดและแนวทางการดำเนินการอนุรักษ์ธรรมชาติ

Interpretation Australia Association (1995) ได้นิยามการสื่อความหมายว่าเป็นแนวคิด และความรู้ที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเข้าใจและซาบซึ้งใจต่อโลกและบทบาทของตนเอง

Australia Heritage Commission (2001) ได้อ้างอิงไว้ว่า การสื่อความหมายเป็นการอธิบาย ถึงกระบวนการที่ช่วยให้มนุษย์ค้นพบและซาบซึ้งในมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การสื่อ ความหมายที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยส่วนประกอบของข้อมูล (ทำไมสถานที่แห่งนั้นจึงมี ความพิเศษ) การศึกษา การให้ความรู้และการกระตุ้น จะเกี่ยวกับเรื่องราว แนวคิดและประสบการณ์ที่ อธิบาย ชี้นำ แสดงให้เห็น เรียบเรียง ตั้งคำถาม แลกเปลี่ยนและสื่อให้เห็นถึงตัวตนของบุคคลและ สถานที่ที่ทำการการสื่อความหมาย การสื่อความหมายจะใช้เครื่องมือที่หลากหลายตามความเหมาะสม ของการจัดการและความต้องการของผู้รับการสื่อความหมาย การสื่อความหมายไม่ได้เป็นเพียงการเติม เต็มประสบการณ์ของผู้รับการสื่อความหมายแต่ยังเป็นการส่งเสริมการจัดการที่สำคัญ ตัวอย่างเช่น การลดผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อทรัพยากรทางธรรมชาติและช่วยส่งเสริมทัศนคติที่ดีขึ้นให้กับ สาธารณชนในการจัดการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

Aplin (2002) อ้างว่าการสื่อความหมายจะรวมถึงรูปแบบต่างๆของการนำเสนอวัสดุที่เป็นเนื้อ แท้และให้ความหมายเกี่ยวกับสถานที่หรือส่วนประกอบของมรดกไม่ว่าจะเป็นในพื้นที่หรือนอกพื้นที่ที่ จะทำการสื่อความหมาย แผ่นพับ เว็บไซต์และการรณรงค์การโฆษณาจะรวมอยู่ในการสื่อความหมาย แม้แต่การนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปแบบอะไรก็ตาม การสื่อ ความหมายจะเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงที่ผู้สื่อความหมายได้เลือกและนำเสนอโดยใช้รูปแบบภาษาและ กราฟิกเฉพาะ

2.1.2 จุดประสงค์ของการสื่อความหมาย (Purposes of Interpretation)

จุดประสงค์พื้นฐานของการสื่อความหมายเป็นการเติมเต็มช่องว่างระหว่างรูปแบบ (forms) และเนื้อหา (contents) รูปแบบ (forms) เป็นวัตถุหรือสถานที่ (physical sites) ไม่ว่าจะเป็นแหล่ง ธรรมชาติหรือแหล่งโบราณคดีหรืออาคารประวัติศาสตร์ ภาพวาด ชิ้นส่วนของเทคโนโลยี เป็นต้น เนื้อหา (contents) เป็นข้อมูลต่างๆเกี่ยวข้องกับวัตถุหรือสถานที่ที่ได้ออกแบบหรือก่อสร้างสำหรับผู้ เยี่ยมชมได้รับชมวัตถุหรือสถานที่ โดยที่เนื้อหา (contents) จะเป็นข้อมูลหรือความทรงจำหรือ ประสบการณ์ต่างๆที่ผู้เข้าชมได้รับรู้เพิ่มเติมและใช้ในการชมวัตถุหรือสิ่งต่างๆของแหล่งมรดกนั้นๆ

ทำไมถึงมีช่องว่างระหว่างรูปแบบและเนื้อหา ไม่มีใครที่เกี่ยวข้องในบริบทการให้ความรู้ใน ด้านมรดกที่สามารถสันนิษฐานได้ว่านักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวมีพื้นฐานความรู้ทาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและนิเวศวิทยาเพียงพอถึงความจำเป็นในการรับรู้และเข้าใจในทั้งความรู้ เฉพาะด้านของวัตถุหรือสถานที่ที่ได้เยี่ยมชม หรืออัตลักษณ์ของมรดกของวัตถุหรือสถานที่ มีเหตุผล หลายประการซึ่งประกอบด้วย

1. ความหลากหลายของรูปแบบการให้ความรู้ที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้
2. ผลกระทบของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวมีพื้นฐานความรู้ทาง วัฒนธรรมที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับแหล่งมรดกและพิพิธภัณฑ์
3. ผลกระทบจากการย้ายถิ่นฐาน ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ หลากหลายไม่ว่าจะเป็นสังคมอุตสาหกรรม สังคมเกษตรกรรมและสังคมชนบท

4. ความอิสระของการท่องเที่ยวและการเยี่ยมชมแหล่งมรดกซึ่งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถคาดการณ์ถึงระดับพื้นฐานความรู้ของนักท่องเที่ยวก่อนเข้าชมหรือระหว่างเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว

5. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยยอมรับประสบการณ์ใหม่จนกว่าจะเข้าใจและซาบซึ้งใจถึงเหตุผลว่าทำไมแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความสำคัญ จึงจะนำไปสู่การเอาใจใส่ในการเรียนรู้และจิตสำนึกในการอนุรักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม

ดังนั้นในการพยายามลดช่องว่างระหว่างรูปแบบและเนื้อหาที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะมีรูปแบบและวิธีการการสื่อความหมายในสถานที่แห่งนั้นหรือไม่ นักท่องเที่ยวจะยังคงพยายามเข้าใจถึงความหมายของสถานที่ที่ตนเองนั้นได้สัมผัสและเยี่ยมชม อย่างไรก็ตามความหมายเฉพาะที่ซ่อนอยู่ยังคงต้องมีการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว โดยการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายได้มีการคิดค้นโดย McArthur และ Hall (1996) เพื่อ

1. เติมเต็มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
2. ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตระหนัก ซาบซึ้งใจและเข้าใจความเป็นตัวตนของแหล่งมรดกที่นักท่องเที่ยวกำลังเยี่ยมชมอยู่
3. ส่งเสริมความเข้าใจของสาธารณชนในรูปแบบการจัดการมรดกและที่เกี่ยวข้องกับมรดก

4. เพื่อบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมการใช้ความคิดในการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมโดยนักท่องเที่ยว (ตัวอย่างเช่น การสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวในการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของแหล่งมรดก)

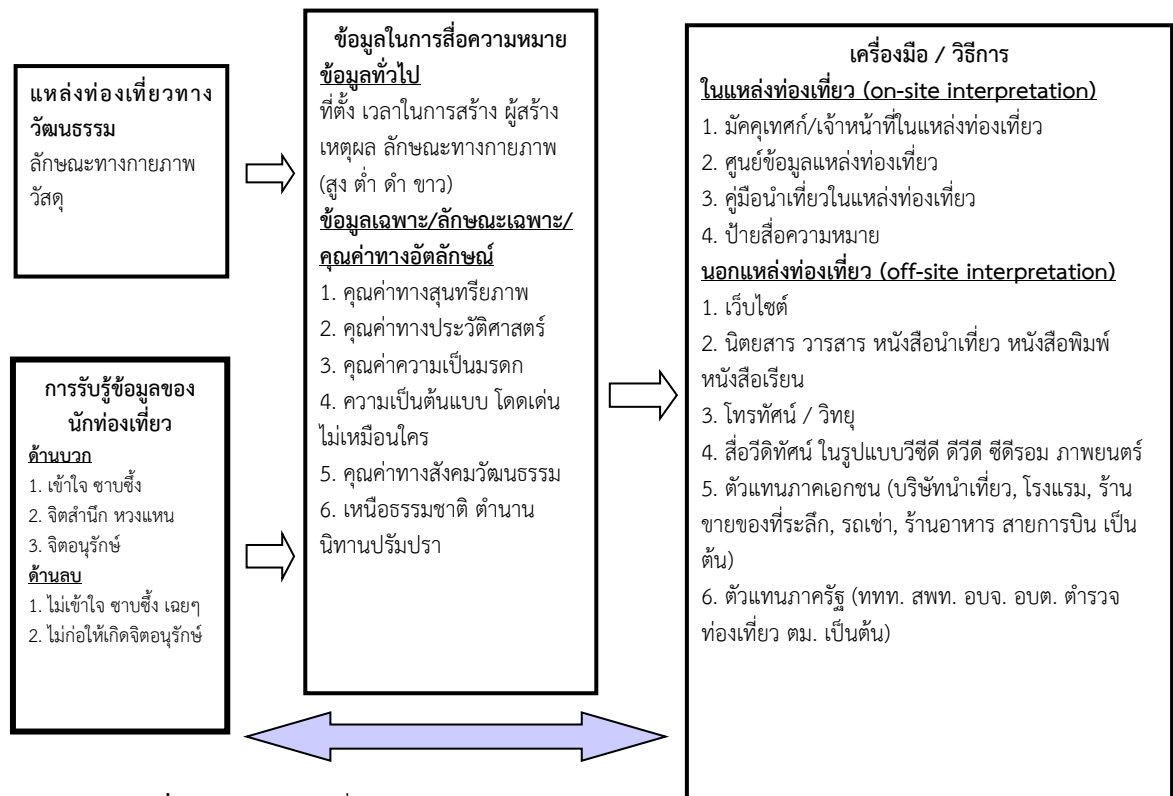
2.1.3 รูปแบบการสื่อความหมาย (Model of Interpretation)

Uzzell (1989) กล่าวไว้ว่า เครื่องมือในการสื่อความประกอบด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่ เครื่องมือการสื่อความหมายในสถานที่ (On-site interpretation) และเครื่องมือการสื่อความหมายนอกสถานที่ (Off-site interpretation) ซึ่งโดยทั่วไปขั้นตอนการจัดการการสื่อความหมายและการสร้างเรื่องราวมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. การจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
2. จำแนกกลุ่มเป้าหมาย/นักท่องเที่ยว
3. การรวบรวมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว การแยกแยะระดับของข้อมูลที่จะถ่ายทอด
4. รูปแบบและเนื้อหาที่จะถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว จะต้องให้ข้อมูลอะไรบ้างก่อนการท่องเที่ยว การศึกษาระหว่างการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้การศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังด้วย

5. เครื่องมือในการถ่ายทอด ใช้เครื่องมืออะไรและอย่างไร เช่น เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง หรือได้มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การสื่อความหมายธรรมชาติ การฝึกอบรม การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง กรณีศึกษา การเล่นเกม (กิจกรรม) บทบาทสมมติ การอภิปราย

โดยทั้งนี้ความสัมพันธ์ทั้งหมดสามารถแสดงได้ในแผนภาพด้านล่าง



แผนภาพที่ 1 รูปแบบการสื่อความหมาย

2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่ง ของการท่องเที่ยวที่จัดให้มีขึ้นเพื่่มุ่งเน้นให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษา ความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมโดยชุมชนท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวนี้ เพื่อก่อให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหน มรดกทางปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นตนและหาทางที่อนุรักษ์มรดกทางปัญญานั้นไว้ให้คงอยู่สืบไป

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องตระหนักถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงก่อให้เกิดกระแสเรียกร้องหลัก 3 ประการ ได้แก่

1. กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วไปให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพเอาไว้

2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการศึกษาการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสความต้องการที่มีมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกสนานเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว

3. กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมในการพัฒนากการท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหลักประกัน

ให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ เพื่อเกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

2.2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้าน ศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
2. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุดแต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย
3. เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอพร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น

2.2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ และมีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย โดยสามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาและมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นได้จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาและมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสภาพแวดล้อมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ ศึกษางานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬาโดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬาทำให้ได้รับความเข้าใจและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสภาพแวดล้อมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพทางชีวิตของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสภาพแวดล้อมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นและด้านการสร้างจิตสำนึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เราทราบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้มีองค์ประกอบพื้นฐานที่ควรทราบเพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่การที่เราจะทราบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีรูปแบบอย่างไร ก็ควรที่จะศึกษาถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้นและเพื่อสร้างจิตสำนึก

2.3 แนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Cluster Concept)

แนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Cluster Concept) นี้ได้เกิดขึ้นเพื่อเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวปี 2552-2555 อันเนื่องมาจากภาคการท่องเที่ยวของประเทศได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านลบต่างๆ ทั้งจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมืองและการระบาดของโรคต่างๆ ซึ่งทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของประเทศ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เพื่อได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกู้วิกฤติให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศกลับฟื้นตัวได้ได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุด (ปรีดี โชติช่วง, เว็บไซต์) โดยที่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วยกลุ่มแนวคิดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มท่องเที่ยวแม่น้ำปรัณ ประกอบ ด้วยจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปางและแม่ฮ่องสอน
2. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา น่าน ตาก สุโขทัย กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ พิษณุโลกและเพชรบูรณ์
3. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่และน่าน
4. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย จังหวัดตาก สุโขทัย กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ อุทัยธานีและพระนครศรีอยุธยา
5. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าร้อนชื้น ประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ลพบุรี สระบุรี นครราชสีมา ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรีและสระแก้ว
6. กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรีและกรุงเทพมหานคร
7. กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์และชุมพร
8. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกหัตถกรรมสองสมุทร ประกอบด้วย จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล พัทลุง สงขลา ปัตตานี ยะลาและนราธิวาส
9. กลุ่มท่องเที่ยวเลียบริมฝั่งแม่น้ำโขง ประกอบด้วย จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญและอุบลราชธานี
10. กลุ่มท่องเที่ยวเส้นทางไดโนเสาร์ ประกอบด้วย จังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำภู สกลนคร ชัยภูมิ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคามและมุกดาหาร
11. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกหัตถกรรมเส้นทางบุญ ประกอบด้วย จังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำภู สกลนคร ชัยภูมิ ขอนแก่น มหาสารคาม อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ร้อยเอ็ดและยโสธร
12. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี
13. กลุ่มเส้นทางอัญมณีและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย จังหวัดปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ชลบุรี ระยอง จันทบุรีและตราด
14. กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรีและตราด

2.4 แนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Significant Values)

Australia ICOMOS 1988 ได้อธิบายถึงคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่ช่วยในการประเมินคุณค่าของสถานที่ซึ่งช่วยในการทำความเข้าใจในอดีตรวมถึงปัจจุบันและคุณค่าสำหรับประชาชนในอนาคต ทั้งนี้คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประกอบด้วยคุณค่าในด้านต่างๆ ดังนี้

2.4.1 คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic values) เป็นคุณค่าที่แสดงถึงการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบ ขอบเขต สี รูปร่าง รวมถึงกลิ่นและเสียงของวัตถุหรือสถานที่

2.4.2 คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical values) เป็นคุณค่าที่แสดงถึงความเป็นมา ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นในบริบทของรูปร่างลักษณะ เหตุการณ์ ช่วงเวลา หรือกิจกรรมต่างๆ

2.4.3 คุณค่าด้านภูมิปัญญา (Scientific values) เป็นคุณค่าที่แสดงถึงความสำคัญของการใช้ความรู้เฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความคิด ภูมิปัญญาประดิษฐ์ และหลักปรัชญา ท้องถิ่น เป็นต้น

2.4.5 คุณค่าทางสังคม (Social values) เป็นคุณค่าที่แสดงถึงความสำคัญของการเป็นศูนย์กลางทางด้านจิตใจ การเมืองการปกครอง การปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคม

2.4.6 คุณค่าทางจิตใจ (Spiritual values) เป็นคุณค่าที่แสดงถึงความสำคัญทางจิตวิญญาณ ความผูกพันทางใจ ความรักและห่วงหาของบุคคลต่อวัตถุหรือสถานที่นั้นๆ

ทั้งนี้คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นสามารถนำไปสู่การประเมินคุณค่าของสถานที่หรือบุคคลหรือวัตถุรวมถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้านต่างๆเพื่อเป็นข้อมูลในการสื่อสารคุณค่าต่างๆเหล่านั้นไปสู่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ได้ออกแบบและเลือกสรรตามความเหมาะสมในการสื่อความหมายรวมถึงการอนุรักษ์

2.5 การวางแผนและพัฒนากล่องสื่อความหมาย (Planning and Implementation for Interpretation)

McArthur (1998) ได้กล่าวไว้ว่า การวางแผนและพัฒนากล่องสื่อความหมายประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 คือ การกำหนดนโยบายและการวางแผนการสื่อความหมาย

ขั้นตอนที่ 2 คือ การวางแผนเชิงกลยุทธ์

ขั้นตอนที่ 3 คือ การพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย

ขั้นตอนที่ 4 คือ การดำเนินการพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายให้สมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 5 คือ การประเมินผลและปรับปรุงโปรแกรมการสื่อความหมาย

2.6 ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bcll-Rokeah (1996) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับขั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสาร ในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง

(Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

ขณะที่ ปรเม สตะเวทิน (2546) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีความน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย

และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีความลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันโดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม

ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

จากแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่กล่าวโดยยูล เบ็ญจรงค์กิจ, ปรมะ สตะเวทิน และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้วิจัยได้สรุปได้ว่า พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้นเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ด้วย นอกจากนั้นในเรื่องของการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ นั้นจำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากแต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากนั้นไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป ฉะนั้นแล้วลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมจึงช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้นได้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว

พรทิพย์ ทวีพงษ์, ปลื้มใจ ไพจิตร 2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง สื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศรีวิชัยที่มีต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบัน ประเทศไทยให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งได้นำเอาภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรม มาเป็นผลิตภัณฑ์มากกว่าการผลิตที่ต้องใช้กระบวนการในโรงงานอุตสาหกรรม ผู้วิจัยจึงสนใจนำสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัยว่า มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทย อย่างไร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง (66.25 %) วุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี (35.25 %) อาชีพ เป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้าง (23.75 %) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (38.50 %) และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (51.75 %) และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัยที่ไชยา มากกว่า 1 ครั้ง (65.00 %) ผลการวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ สื่อแผ่นพับช่วยในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจ สื่อแผ่นพับช่วยในด้านส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสื่อแผ่นพับช่วยในด้านการกระจายข่าวสาร สำหรับด้านการสร้างความสนใจ และดึงดูดความสนใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ดารากร เจียมวิจักขณ์ (2532) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อความหมาย ธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสื่อชนิดต่างๆ เพื่อใช้ในการให้ความรู้และความเข้าใจของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาสรุปได้ว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ในอุทยานมากที่สุดและ

มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย รองลงมาคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นพับ โปสเตอร์ อีกทั้งพบว่าตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความรู้เกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติและลักษณะพื้นฐานเหล่านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติ

ประภาวลัย คชศิลา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรพรรณพืชแก่นักท่องเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการให้ความรู้ ความเข้าใจพื้นที่และทรัพยากรพรรณพืชของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของสื่อที่ให้บริการของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของสวนพฤกษศาสตร์จากเพื่อนและญาติ สื่อที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือแผ่นป้ายพรรณไม้ นักท่องเที่ยวใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในส่วนห้องสุขามากที่สุด และเห็นว่าการจัดนิทรรศการของ สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์มีความน่าสนใจมาก ส่วนแผ่นพับของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ก็น่าจะเก็บรักษาไว้เป็นที่ระลึกและต้องการให้สวนพฤกษศาสตร์พัฒนาแผ่นป้ายพรรณไม้มากที่สุดและนักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจในด้านพืชเพิ่มมากขึ้นอย่างแท้จริง เมื่อได้รับทราบจากสื่อของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

เสาวณีย์ วัฒนาโยธิน (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อในหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่ในการให้ความรู้แก่ผู้ให้บริการชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะความคิดเห็นและความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสื่อชนิดต่างๆ เพื่อใช้ในการให้ความรู้และความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการชาวไทยมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในระดับมากที่สุด ที่สามารถสื่อถึงประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองเชียงใหม่ พึงพอใจนิทรรศการในระดับมาก พึงพอใจผู้ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวในระดับมาก พึงพอใจสัญลักษณ์ (ปุ่มกด) ในระดับมากที่สุดที่ให้แสงไฟมองเห็นชัดเจนเมื่อกดปุ่มแสดง พึงพอใจแผ่นพับในระดับมากที่สุดที่มีรูปแบบการวางรูปและมีข้อความที่เหมาะสม พึงพอใจวิทยากรในระดับมาก ในลักษณะบุคลิกภาพและมีความสามารถในการให้ความรู้แก่ผู้มาใช้บริการและสามารถตอบข้อซักถามได้ดี ในการประเมินประสิทธิภาพของสื่อตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการชาวไทยพบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ ผู้ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว (รองลงมา คือ วิทยากร วีดิทัศน์ ภาพแสดง นิทรรศการ แผ่นพับ คอมพิวเตอร์ สัญลักษณ์ (ปุ่มกด) ตามลำดับ เมื่อผู้ให้บริการชาวไทยได้รับข้อมูลข่าวสารและข้อมูลต่างๆ จากสื่อที่มีอยู่ในหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่แล้วทำให้ได้รับความรู้มากขึ้นในระดับมาก และมีผู้ให้บริการชาวไทยที่มีความพอใจต่อประสิทธิภาพของสื่อภาพแสดง และยังต้องการให้หอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่ปรับปรุงสื่อชนิดนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อิสระ ชาญศรี (2533) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพสื่อความหมายธรรมชาติในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และนันทนาการแก่นักท่องเที่ยวบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อความหมายธรรมชาติที่ใช้ในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และนันทนาการแก่นักท่องเที่ยวบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง และ

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการให้ความรู้ของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ผลการศึกษาพบว่า การจัดลำดับชนิดของสื่อความหมายธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้และความเข้าใจให้สภาพพื้นที่ และนันทนาการ 3 ลำดับ ได้แก่

ลำดับที่ 1 เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์นักท่องเที่ยวและทางเดินศึกษาธรรมชาติ

ลำดับที่ 2 สื่อบุคคล แผ่นพับ สไลด์มัลติวิชชั่น

ลำดับที่ 3 แผ่นปลิว โปสเตอร์ นิทรรศการ

ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว แต่การเดินทางเข้าศึกษาธรรมชาตินั้นผู้ที่ได้รับความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องเพียงร้อยละ 27.3 นอกจากนั้นเป็นผู้ไม่ทราบร้อยละ 73.7 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทราบถึงสภาพพื้นที่มาก่อน โดยเฉพาะผาหล่มสัก และผานางแอ่น ส่วนสื่อต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการให้อุทยานพัฒนาขึ้นเรียงตามลำดับความต้องการ 5 อันดับแรกคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เครื่องหมายและแผ่นป้าย แผ่นพับ สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) โทรทัศน์ ตามลำดับ

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ และคณะ 2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและภูมิทัศน์วัฒนธรรม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวในเขตชุมชนรอบกว๊านพะเยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยวที่มาในเขตชุมชนรอบกว๊านพะเยา และ 3) เพื่อจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนรอบกว๊านพะเยาที่เหมาะสมกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม ผลการศึกษา พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวในเขตชุมชนรอบกว๊านพะเยามี 3 เส้นทาง คือ เส้นทางท่องเที่ยว ในย่านตัวเมืองพะเยา เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนรอบกว๊านพะเยา และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางน้ำในกว๊าน พะเยา ผลการศึกษาด้านคุณลักษณะของเนื้อหาในการสื่อความหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด ในด้านความรู้ความเข้าใจจากการสื่อความหมายในสถานที่ท่องเที่ยว มีความต้องการในด้านจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าประโยชน์ของการสื่อความหมาย คือ การช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ผลการศึกษาด้านคุณลักษณะ ของเครื่องมือในการสื่อความหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ คู่มือ นำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาในด้านศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว และป้ายเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนรอบกว๊านพะเยาที่เหมาะสมกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม

อภิวัฒน์ ปันทะธง และคณะ 2555 ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลอ้างอิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผลการวิจัย พบว่า การประเมินการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มืออัตลักษณ์โดยรวมมีค่าการประเมิน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีความน่าสนใจและสื่อเหมาะสมใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ มี

ค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท แผ่นพับ พบว่า โดยรวมมีค่าการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีเนื้อหาเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ พบว่าโดยรวมมีค่าการประเมิน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุด คือ สื่อมีความน่าสนใจ สื่อดึงดูดใจ/ สื่อความหมายได้ดี และสื่อเหมาะสมใช้เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 สื่อมีเนื้อหาเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท แผ่นที่ พบว่าโดยรวมมีค่าการประเมินอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 หัวข้อที่มี ค่าเฉลี่ยค่าการประเมินมากที่สุดคือ สื่อมีปริมาณเนื้อหาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 การประเมินผลความพึงพอใจคู่มืออัตลักษณ์พบว่าโดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 การประเมินผลการออกแบบ แผ่นพับ พบว่าโดยรวมมีค่าความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 การประเมินผลความพึงพอใจโปสเตอร์ พบว่า โดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และการประเมินผลความพึงพอใจแผ่นที่ พบว่า โดยรวมมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านบน ผู้ศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาประสิทธิภาพของเครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องมือการสื่อความหมาย ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นในการจัดการการสื่อความหมายของพื้นที่ศึกษาและ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วีระพล ทองมา และคณะ (2554)) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (sustainable cultural tourism) นั้น เป็นจุดประสงค์หลักสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากหลักการสำคัญของการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) ประเภทนี้นั้นปรารถนาที่จะลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจ ระหว่างคนภายในชุมชน สังคมและประเทศชาติให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งและเคารพในศักดิ์และศรี ของความเป็นคน โดยที่การวิจัยได้มุ่งศึกษาเฉพาะชุมชนชาวจีนยูนานในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และหลังจากที่มีการประชุมเวทีชาวบ้านแล้วเปิดโอกาสให้ผู้บริหารองค์การบริหาร ส่วนตำบลแม่ฮ่อง ผู้นำชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้พิจารณาคัดเลือกชุมชนที่พวกเขาคาดว่า จะมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งมีฉันทามติให้คณะผู้วิจัยดำเนินการ ในพื้นที่ชุมชนชาวจีนยูนาน (บ้านยาง) ตำบลแม่ฮ่อง การวิจัยครั้งนี้ได้ประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการ ประเมินจากกลุ่มตัวอย่างในชุมชนเป้าหมาย จำนวน 50 ราย และได้ใช้วิธีการวิจัยแบบปฏิบัติจริง (action research) ด้วยความหลากหลายวิธีในการได้มาซึ่งข้อมูลทั้งข้อมูลที่เป็นข้อมูล

ทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสาร ตำราและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาวจีนยูนานและข้อมูลที่เป็น ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เช่น การสอบถาม สัมภาษณ์จัดเวทีชาวบ้าน ระดมและแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น รวมทั้งการจัดทำโครงการนำร่อง (pilot project) พร้อมทั้งการสังเกตการณ์จาก สถานการณ์จริงดังกล่าว จากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยาย (descriptive statistics) เกี่ยวกับการพรรณนาข้อมูล ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการประเมินศักยภาพการเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประชาชนภายใน ชุมชน นอกจากนี้การวิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ของผลการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนบ้านยาง โดยมีสถิติ X2 – test

ผลการประเมินศักยภาพของชุมชนทำให้ทราบว่าชุมชนชาวจีนยูนาน (บ้านยาง) นั้น มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากในพื้นที่ของชุมชนเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ 1 (ฝาง) ซึ่งถือว่าเป็นพิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต (Living SITE Museum) โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนและคนภายในชุมชนเป็นศูนย์กลางของการนำเสนอเรื่องราวประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญา ความรู้และประสบการณ์ผ่านทางนิทรรศการ วัตถุที่สะสมมาตั้งแต่อดีต หลักฐานทางประวัติศาสตร์ในชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงอนุรักษ์ควบคู่ไปกับ “โรงงานสีเขียว” ที่สร้างขึ้นตามแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ที่ปรารถนาให้พิพิธภัณฑสถานชุมชนบ้านยางเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่เชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมนั่นเอง ชุมชนชาวจีนยูนานบ้านยางยังคงรักษาเอกลักษณ์ด้านความเชื่อและค่านิยมตามวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนมาตั้งแต่บรรพบุรุษอย่างแน่นแฟ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องเดินทางไปไกลถึงประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แต่สามารถศึกษาจากขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตแบบชาวจีนยูนานได้ในชุมชนบ้านยางแห่งนี้ ตั้งแต่สภาพของบ้านเรือน การแต่งกาย การใช้ ภาษาพูด การใช้ภาษาเขียนหรือแม้แต่การประกอบอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวจีนอย่างแท้จริง นอกจากนี้ชุมชนบ้านยาง ยังได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวทั้ง ทางด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้สัมผัสบรรยากาศของพี่น้องชาวจีนที่อยู่ ร่วมกันอย่างสันติสุข ภายใต้ความหลากหลายของศาสนาและความเชื่อ โดยเฉพาะศาลเจ้า เจ้าแม่กวนอิม พุทธศาสนา คริสต์ศาสนา และอิสลาม เป็นต้น การได้ชิมและรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ อันเลิศรสของชาวจีน เช่น สุกียูนาน ขาหมูหมั่นโถและไก่ดำตุ๋นยาจีน เป็นต้น สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ชุมชนนั้น ผู้ให้ข้อมูลรายงานว่ามีส่วนร่วมในระดับมากในกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมทางความคิด (ความเชื่อและค่านิยม) และวัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาชีพและวิถีชีวิตประจำวัน) ส่วนด้านวัฒนธรรม บรรทัดฐาน (อาหารและพืชสมุนไพร) รวมทั้งด้านวัฒนธรรมทางวัตถุ (ศิลปะและหัตถกรรม) นั้นผู้ให้ ข้อมูลมีส่วนร่วมในระดับปานกลางเท่านั้น

ขึ้น ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1. เพื่อสำรวจสภาพทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่น ของชุมชนชาวกวย (ส่วย) ในเขตอีสานใต้และลาวใต้ 2. เพื่อ ศึกษาความเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้ทั้งในด้าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิง

วัฒนธรรมของชุมชนชาวกวย (ส่วย) ในเขตอีสานใต้และลาวใต้ และ 4. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้และลาวใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ในด้านวิธีการวิจัยได้มีการสำรวจสภาพทั่วไปของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้ จำนวน 147 ตำบล 52 อำเภอ ในพื้นที่ 5 จังหวัด และมีการสำรวจชุมชนชาวกวยหรือส่วยในลาวใต้ โดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่แขวงจำปาสัก แขวงสาละวัน และแขวงอัตปือ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้ยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และบางส่วนของจังหวัดมหาสารคาม รวมทั้งหมด ประมาณ 474,486 คน โดยมีอยู่หนาแน่นในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดสุรินทร์ ส่วนในลาวใต้มีอยู่ประมาณ 45,498 คน ส่วนใหญ่จะมีอยู่ในแขวงสาละวันและจำปาสัก ลักษณะเด่นของชุมชนดังกล่าว คือ แนวคิด ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ เช่น การเลี้ยงช้าง และการทอผ้า 2. ชุมชนชาวกวยทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในทางประวัติศาสตร์ทางชาติพันธุ์และทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาในตระกูล มอญ-เขมร มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาาร่วมกัน โดยมีการอพยพมาจากภาคเหนือของประเทศอินเดีย แถบเทือกเขาหิมาลัยด้วยกันเมื่อประมาณ 3,500 ปีก่อน และมีการกระจายกันอยู่ตาม พื้นที่ต่างๆของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้ด้วย 3. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวยอาจทำได้โดย การสำรวจสภาพชุมชนที่มีลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม และขึ้นบัญชีไว้อย่างเป็นทางการเป็นระบบในรูปแบบของฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์แล้วเผยแพร่ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านการประชุมสัมมนาในรูปของเอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ได้รับรู้และเข้าใจในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว 4. แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพึ่งพาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสามารถทำได้โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ต้องมีวีซ่า (VISA) ระหว่างกัน การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั้งของประเทศตนเองและประเทศเพื่อนบ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวใน ลักษณะเดียวกัน และการใช้บัตรการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

วิติกา ทางขึ้น และคณะ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมชายแดนโขงสู่ความยั่งยืน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมชายแดนโขง และสร้างตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมชายแดนโขงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ทำการศึกษาวิจัยใน 4 จังหวัด ได้แก่ เลย หนองคาย มุกดาหารและอุบลราชธานี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล สำคัญ และแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและนำมาสร้างเป็นตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีสานริมชายแดนโขงมีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ สามารถนำมาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างเป็นธรรมได้ การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมชายแดนโขง เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

นั้น ควรให้ความสำคัญกับชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีความรู้และทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนเกิดได้โดยชุมชน

บรรจง อุปแก้ว และคณะ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดสภารศ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา ทรัพยากรทางสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมในชุมชนและ สภาพแวดล้อมในปัจจุบันเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสม ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดสภารศ และยังสามารถดูแลรักษาสืบสานการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมได้อย่างสอดคล้องกับวิถีปฏิบัติของคนในชุมชน รวมถึงการส่งเสริมให้ชุมชนใช้ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่มีอยู่ในวัดสภารศให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนสามารถรองรับการท่องเที่ยวที่ในเขตเทศบาลเมืองน่าน การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นที่การมีส่วนร่วมของชุมชนและวัดสภารศ โดยใช้การจัดเวทีชุมชนหาแนวทางการร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว การเก็บแบบสอบถามที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 3 กลุ่ม คนในชุมชน นักท่องเที่ยวมัคคุเทศก์รวมถึงการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชนคนในและนอกชุมชนในการสร้างความทรงจำร่วมกัน ในส่วนของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดสภารศยังต้องการ ให้องค์กรภาครัฐมาช่วยในการพัฒนาวัดและช่วยเหลือในด้านการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมจัดขึ้น โดยการเพิ่มจุดจอดรถรางชมเมืองที่วัดสภารศอีก 1 สถานี รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองน่านในรูปของสื่อต่าง เช่น แผ่นพับ หนังสือท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่านการบูรณซ่อมแซมโบราณสถาน ส่วนของปราชญ์ชุมชนมีความพร้อมที่จะถ่ายทอดภูมิปัญญาให้แก่คนรุ่นหลังได้รับรู้โดยการสัมภาษณ์ การเล่าเรื่องกับคนทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมทั้งการรวมกลุ่มสร้างกลไกและกระบวนการในการทำงานในวัดสภารศ สำหรับนักท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ต้องการจุดจำหน่ายและแสดงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนสภารศตลอดจนการรักษาสภาพภูมิทัศน์ให้สวยงามอยู่เสมอ

กันทิลา วิชาโห่ง (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองเชียงแสนจังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษา ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างแนวทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการสุ่มโดยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยมีอายุ ตั้งแต่ 15 ปี- 50 ปี ใช้แบบสอบถามปลายปิด

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองเชียงแสน เป็นเพศชายเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิงนิยมมาเที่ยววัด โดยอายุที่เข้ามาส่วนใหญ่คือกลุ่มอายุ 21 – 40 ปี ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเพศหญิงนิยม รถตู้หรือรถ บัสเหมาเองมากกว่าเพศชาย กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการเรื่องห้องน้ำของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องด้วยปัจจุบันห้องน้ำมีจำนวน น้อยไม่พอต่อความต้องการและนักท่องเที่ยวมีความต้องการร้านอาหารที่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากร้านอาหารที่มีตรง ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมีน้อย ด้านราคาของฝากของที่ระลึกยังมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการด้านราคาที่เหมาะสมของที่ระลึก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการด้านอสังหาริมทรัพย์ การเยี่ยมชม แจ่มใสของเจ้าหน้าที่ การ

อำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ ด้านข้อมูลข่าวสาร การบอกทาง จำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ของสถานที่การตอบคำถามและให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ การพัฒนาการท่องเที่ยวจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาดูแล ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว นำกิจกรรมศิลปะพื้นบ้าน และความงดงามของธรรมชาติเข้ามาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว

2.7.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอีสานใต้

ภคินิษา อภิสุภกรกุลและคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อพัฒนาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปีในกลุ่มอีสานใต้ (2) เพื่อศึกษาความสนใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบนเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชื่อมโยงกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (3) เพื่อประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ และ (4) เพื่อศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้ง ทดสอบกรอบการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงที่มีงาน ประเพณีประจำปีได้อย่างไรและทางใดบ้าง

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆพร้อมกับเดินทางไป เที่ยวชมงานประเพณีประจำปีของจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงใต้ทั้ง 6 จังหวัด โดยการเดินทางแต่ละ ครั้งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุดเป็นอันดับแรกและนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยัง สถานที่ต่างๆ ภายในจังหวัดนั้นๆให้มากที่สุดภายในวันเดียว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้อง แสวงหาสถานที่พักแรมและต้องการรับทราบข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวสถานที่ ท่องเที่ยว และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานประเพณีประจำปีที่เกิดขึ้น อาทิ ประวัติความเป็นมาของงาน ประเพณี หรือ ความหมายในการจัดพิธีที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปบอกต่อหรือเล่าให้กับครอบครัวหรือเพื่อน ฟัง ต่อไปเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับไปยังบ้านของตนเองแล้วอีกด้วยนอกจากนี้แนวทางการพัฒนา เส้นทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก็ยังเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอยากให้ เกิดขึ้นเพื่อเป็นการทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถคงอยู่ได้อีกในอนาคตต่อไปอีกนานแสนนาน

บัญชา นาคทอง และคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ในพื้นที่อีสานใต้ และ เพื่อศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์ที่พึงพาเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยว เชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน วิธีการศึกษาจากข้อมูลภาค เอกสาร การสำรวจและแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวและประชากรในพื้นที่จำนวน 600 คน จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใน 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และชัยภูมิ จังหวัดละ 5 แหล่ง ได้ข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ ด้าน คุณค่า ด้านความนิยม ด้านความพร้อม และแนวทางเพื่อการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อีสานใต้ ให้ความสำคัญด้านศิลปวัฒนธรรม

มากขึ้นพร้อมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอุบลราชธานี ลำดับที่สองคือจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดศรีสะเกษ ลำดับที่สามคือจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิ

แนวทางพัฒนาศักยภาพมุ่งให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เกิดประโยชน์ทางสังคม เศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวจากความจำเป็นมาก ไปน้อยดังนี้ การประชาสัมพันธ์ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามทางภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อม ความชัดเจนของป้ายบอกทาง และกิจกรรมเสริมความรู้ แนวทางและยุทธศาสตร์ พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมี 4 แนวทาง คือ สร้างองค์ความรู้ด้านฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ สร้างเส้นทางเชื่อมโยงพื้นที่ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่มีร่วมกันทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ สร้างพัฒนาการความร่วมมือกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านระหว่างประเทศ รัฐกับเอกชน ส่งเสริมบทบาทร่วมกันในระดับภูมิภาค สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงและถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ ในจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และชัยภูมิ มีความพร้อมที่จะพัฒนาส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคได้โดยใช้พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีร่วมกันเป็นตัวเชื่อมประสานความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

รุ่งรัตน์ หัตถกรรมและคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประเภทและปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาระดับของประเภทและปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาคือความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ และ 4) เพื่อหาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในกลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการวิจัย พบว่า ประเภทและปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ที่พบ ได้แก่ ปัญหาในที่พัก ปัญหาการเดินทาง ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาภัยธรรมชาติ ปัญหายาเสพติด ปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง และปัญหาที่เกิดจากบริษัทยานยนต์ ระดับของประเภทและปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ระดับที่พบไม่บ่อย ได้แก่ ปัญหาในที่พัก ไม่มีเครื่องดับเพลิง ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวหาย ขาวนักท่องเที่ยวถูกข่มขืนและถูกฆ่า เพื่อหวังทรัพย์สิน ปัญหาการเดินทาง ไม่มีพนักงานประจำเครื่องบินดูแลและให้คำแนะนำ ผู้โดยสารกระโดดขึ้นหรือลงรถในขณะที่รถยังจอดไม่สนิทไม่มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนการใช้งาน คนขับรถประมาทเลินเล่อและคึกคะนองไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร รถทัวร์ที่มาอีสานใต้เกิดอุบัติเหตุบ่อย ขาดการศึกษาเส้นทางก่อนการเดินทาง คนขับไม่เชี่ยวชาญเส้นทาง การให้บริการของพนักงานบนรถไฟไม่ดี ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว มีพืชมีพิษไม่มีอาสาสมัครนำเที่ยวหน่วยรักษาความปลอดภัยและหน่วย

ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไม่มีแผนรื้อฟื้นไม่มีกฎระเบียบก่อนเข้าชมและไม่มีการให้ความรู้ก่อนเข้าชม มีการปล้นจี้ ชิงทรัพย์ ขโมยสิ่งของกระเป๋า ภัยธรรมชาติ มีแผ่นดินไหว ปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวพลาดเที่ยวบินเพราะสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวไม่เข้าใจ บริษัทนำเที่ยวไม่มีความรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบาย ระดับที่พบบ่อย ได้แก่ ปัญหาในที่พัก ไม่มีโทรทัศน์วงจรปิด ไม่มีเจ้าหน้าที่หรือยามดูแล ไม่มีตู้นิรภัยให้ฝากของมีค่า สายไฟหรือเครื่องปรับอากาศอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน ภายนอกและภายในโรงแรมกรุงรัง ปัญหาการเดินทาง ไม่มีตารางเที่ยวบินมากลุ่มอีสานใต้โดยสะดวก ไม่มีรถรับส่งจากสนามบินไปยังที่พัก บริการและการต้อนรับของพนักงานบนรถไม่ดี สภาพรถโดยสารผ่านการใช้งานมานาน/เก่า ไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร ไม่มีการเตรียมรถ ซ่อมบำรุงและอุปกรณ์ก่อนการใช้งาน คนขับรถและผู้โดยสารไม่คาดเข็มขัดนิรภัย ตี๋มสุราแล้วขับรถ ขับรถจักรยานยนต์ด้วยความประมาทไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร เกิดความสกปรกบนรถไฟ ปัญหารถไฟล่าช้าและไม่ตรงเวลา ปัญหาในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและเปลี่ยว มีสัตว์มีพิษ เช่น งู คางคก มด ผึ้ง ต่อ แตน ตะขาบ กิ้งกือ ชุกชุม ไม่มีป้ายหรือแผ่นพับเตือนภัย ภัยธรรมชาติ มีน้ำท่วม มีพายุ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวไม่เชื่อฟังคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ ประมาทและศึกษาตนเองในขณะเดินทางท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวใช้สารเสพติดระดับที่พบบ่อยที่สุด ได้แก่ ปัญหาการเดินทาง คนขับและคนซ้อนไม่สวมหมวกขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวตี๋มสุรา แนวทางป้องกันและแก้ไข ปัญหาความไม่ปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ได้แก่ แนวทางที่ 1 กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเรื่องความปลอดภัย แนวทางที่ 2 จัดให้มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง แนวทางที่ 3 จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว แนวทางที่ 4 ให้มีมาตรการและการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับสถานประกอบการ และแนวทางที่ 5 ประสานความร่วมมือด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในกลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน มีดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบการคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยว

สายใจ พันการและคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้ งานวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นหรือภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามคำขวัญของแต่ละจังหวัด ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และเป็นการศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้าน มีพื้นที่การวิจัยครอบคลุม 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานีและชัยภูมิ มีขอบเขตการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวตามคำขวัญของจังหวัดเพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นฐานในการอนุรักษ์สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ยั่งยืนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปในประเทศและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

ผลการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ปัจจุบันในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย จากคำถามข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดอีสานใต้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ มา

จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ เพราะสนใจศึกษาศิลปวัฒนธรรม ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัด นครราชสีมา อุบลราชธานีและชัยภูมิเพราะสนใจศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คำถามข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานอย่างไร พบว่า นักท่องเที่ยวมองจุดเด่น จังหวัดอีสานใต้ด้าน โบราณสถานโบราณวัตถุ หรือ ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ คำถามจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวมีความประทับใจความมีน้ำใจและความมีอัธยาศัยดีของคนภาคอีสานให้ ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวต้องการได้รับความสะดวกสบายในการเดินทาง จากรถโดยสารประจำทางหรือบริการสาธารณะจากภาครัฐ ตารางการเดินทางที่กำหนดไว้ไม่ค่อยตรง เวลา การเดินทางมาภาคอีสานเป็นไปตามความคาดหวัง เพราะมีความสะดวกสบายหลาย ประการ ค่าใช้จ่ายไม่สูง สถานที่ท่องเที่ยวในภาคอีสานควรมีห้องสุขาที่สะอาด มีร้านอาหารที่ ถูกสุขลักษณะ สินค้าราคาไม่สูงมากนัก มีที่นั่งพักในแหล่งท่องเที่ยวเพราะสภาพอากาศร้อนมาก ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ ประจำแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งเพื่อตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ได้คิดว่าจะไปเที่ยวที่ใด หากมีโอกาสและเวลาที่เหมาะสมจะ มาจังหวัด อีสานได้อีกการเชื่อมโยงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้าน ควร พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมให้เป็นรูปธรรม กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ ด้านการ ท่องเที่ยวที่ชัดเจนถือปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารจังหวัดหรือผู้บริหารท้องถิ่นสมัยใดก็ ตาม มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมอย่างต่อเนื่องและนำหลักการ การสื่อสารทาง การตลาดเชิงบูรณาการมารณรงค์ให้ประชาชนมาเที่ยวด้วยความสนใจ

อิทธิวัตร ศรีสมบัติ และคณะ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สายธารธรรมลุ่มแม่น้ำมูล : ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ และเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความ เข้มแข็งในการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่ม ประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธและทำการประเมินศักยภาพ กำหนดปัจจัยและเกณฑ์การชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ มีองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวผลการสำรวจแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงพุทธ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด มีทั้งสิ้น 80 แห่ง ประกอบด้วยจังหวัดอุบลราชธานี 21 แห่ง จังหวัดนครราชสีมา 18 แห่ง จังหวัดศรีสะเกษ 11 แห่ง จังหวัดสุรินทร์ 11 แห่ง จังหวัดชัยภูมิ 10 แห่ง และจังหวัดบุรีรัมย์ 9 แห่ง ผลการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ พบว่า จังหวัดนครราชสีมา แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีศักยภาพมาก จำนวน 8 แห่ง คือ วัดเขาจันทร์งาม วัดศาลาลอย วัดบ้านไร่ วัดป่าสาละวัน วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม วัดสุทธ จินดา วัดบึง และวัดตระคร้อ จังหวัดอุบลราชธานี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีศักยภาพมากจำนวน 5 วัด คือ วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดมหาวนาราม วัดทุ่งศรีเมือง วัดหนองป่าพงและวัดสุปฏิฏตนาราม จังหวัดบุรีรัมย์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีศักยภาพมาก จำนวน 5 วัด คือ วัดเขากระโดง วัดโพธิ์น้อย วัดเกาะแก้ว วัดขุนก้อง และวัดศรีชะแรด จังหวัดชัยภูมิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีศักยภาพมาก มี จำนวน 5 วัด คือ วัด ชัยภูมิพิทักษ์ วัดกลางเมืองเก่า วัดชัยสามหมอ วัดพระธาตุสามหมื่น และวัด เทพบุตรบรรพต จังหวัดศรีสะเกษ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธมีศักยภาพมาก จำนวน 3 วัด คือ วัดสระ กำแพงใหญ่ วัดมหาพุทธารามและวัดบ้านสร้างเรือง จังหวัดสุรินทร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มี

ศักยภาพมาก จำนวน 3 วัด คือ วัดบูรพาราม วัดเพชรบุรีและวัดพระพุทธรูปเขาพนมดิน การกำหนดยุทธศาสตร์การพึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาและการท่องเที่ยวเชิงพุทธพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลปรากฏว่ายุทธศาสตร์ที่กำหนดมี 3 ด้วยกัน คือ ข้อที่ 1 การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ข้อที่ 2 การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียงภายในประเทศ มี 2 เส้นทางคือ เส้นทางแรกเริ่มจากกรุงเทพฯเข้าสู่จังหวัดฉะเชิงเทรา สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สิ้นสุดที่จังหวัดอุบลราชธานี เส้นทางที่ 2 เริ่มจากเมืองพัทยาสู่จังหวัดระยอง สระแก้ว บุรีรัมย์ นครราชสีมา และสิ้นสุดที่จังหวัดชัยภูมิ ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านกำหนด 4 เส้นทาง คือ เส้นทางแรก กรุงเทพฯ สุรินทร์ เสียมราฐ เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ สระแก้ว เสียมราฐ สุรินทร์ บุรีรัมย์ นครราชสีมา และกลับเข้าสู่กรุงเทพฯ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ เสียมราฐ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และลาว เส้นทางที่ 4 กรุงเทพฯ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด เกาะกง กำปงธม เสียมราฐ ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิและสิ้นสุดที่กรุงเทพฯเช่นกัน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวจะต้องเป็นไปแบบบูรณาการ ระหว่างบริษัทนำเที่ยวทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ รวมไปถึงองค์กรท้องถิ่นชุมชนและจังหวัดจะทำให้การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเสนอแนะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับชาติที่เหมาะสมกับศักยภาพที่มีรวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธให้มีศักยภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ 2550 ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ ปัญหาและอุปสรรคของรูปแบบการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ การประชาสัมพันธ์จะเป็นการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการแถลงข่าว หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของทางจังหวัดได้จัดขึ้น การส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงานจะมีการใช้น้อยมากเพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ ในส่วนปัญหา อุปสรรค ของการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือ หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวมีหลายหน่วยงานทำให้ขาดการประสานงานที่ดี ความไม่พร้อมและขาดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การที่ไม่มีความต่อเนื่องในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแม้กระทั่งชุมชนในท้องถิ่นไม่มีความรู้ความสามารถในการช่วยกันส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ขาดบุคลากรในหน่วยงาน และงบประมาณไม่เพียงพอ กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นรูปแบบการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเข้ามาท่องเที่ยว โดยเรียงจากมากไปน้อย คือ 1) การโฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การส่งเสริมการขาย และ 4) การ

ขายโดยพนักงาน แนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสามารถดำเนินการ
เป็นผลสำเร็จนั้น รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่
ที่มีความพร้อมด้านบริการและกิจกรรมต่าง ๆ รองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรใช้ศักยภาพด้านการ
ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่แม้จะใช้ระยะเวลาพอสมควร แต่ก็ไม่ต้องทุ่มเท
งบประมาณจำนวนมาก ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในท้องถิ่นซึ่งจะนำไปสู่การ
พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

2.7.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรม
ท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมใน
ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้คุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในภูมิภาค
เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในชุมชนมากยิ่งขึ้น และในภาวะ
ความจำเป็นในการพัฒนาประเทศ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นทำให้ศิลปวัฒนธรรมใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้กำลังสูญหายไปไม่ได้รับการพัฒนาส่งเสริม อนุรักษ์
และการใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิต ของคนในชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ทาง
ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 59 จังหวัดของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 19
จังหวัด ภาคกลาง 26 จังหวัด และภาคใต้ 14 จังหวัด ที่มีศักยภาพและสามารถส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า
ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ วิธี
การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นและ
แหล่งการผลิตงานศิลปหัตถกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ 4 ประเภท
ได้แก่ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้า และการหล่อหลอมโลหะ เพื่อหาแนวทาง ในการเพิ่มมูลค่า
ทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกระบวนการผลิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่า ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคเป็นภูมิปัญญาและมรดกทาง
วัฒนธรรมของสังคมเกษตรกรรมที่มีการสืบสานองค์ความรู้ ความสามารถความชำนาญต่างๆ ถ่ายทอด
มายังกลุ่มชนรุ่นหลัง โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องจักสานและ
เครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบเกือบทุกจังหวัดส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทการ
หล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบการผลิตในบางท้องถิ่นเท่านั้นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคกลาง
ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผาและผ้า เป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุด
เกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภท การหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบการผลิต
ในบางชุมชนเท่านั้น ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องจักสานเป็น
ศิลปหัตถกรรม ท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทเครื่องปั้นดินเผา
การหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น โดยแนวทางในการเพิ่มมูลค่า
ทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของ
ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลด
ต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของ

ผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวน การผลิตการจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้กับผู้เยี่ยมชม ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีความเกี่ยวเนื่องด้วยวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยที่ศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นได้ส่งสมคุณค่าความเป็นท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนแม้กระแสโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น

ศิริพร เชิดดอก, จักรพันธ์ ชัดชุมแสง (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง งานบุญอีสานกับการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยเชื้อสายเขมรในจังหวัดสุรินทร์บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรมในงานบุญอีสาน ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายเขมร การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายเขมรถูกปรับเปลี่ยนในพื้นที่ประเพณีบุญอีสาน โดยใช้ค่านิยมร่วมทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มตนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของชาวไทยเชื้อสาย เขมรให้สอดคล้องกับบริบทที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และการเสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในพื้นที่

มิ่งมกล หงขาวงศ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ไทลื้อ : วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราว วิถีชีวิตตลอดจนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยลื้อเมื่อครั้งอาศัยอยู่ในแคว้นสิบสองจุไทยหรือสิบสองปันนามลพยูณนาน ประเทศจีน ประกอบอาชีพทางการเกษตร และทอผ้า นิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำของเมืองเชียงรุ่ง ซึ่งเป็นเมืองหลวงของแคว้นสิบสองปันนาในขณะนั้น คนไทลื้อมีภาษาพูดและตัวอักษรเขียนเป็นของตนเองมานาน โดยภาษาไทลื้อนั้นจัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) และมีบางคำที่คล้ายภาษาเหนือมีการดำรงชีวิตที่ยึดมั่นในพระพุทธศาสนา จึงมีประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนามากมาย ส่วนอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่ชัดเจนคือการแต่งกาย โดยตัวเสื้อมีลักษณะเป็นเสื้อผ่าอก แขนยาว สวมใส่กับผ้าซิ่นหรือกางเกง ตัดเย็บจากผ้าชนิดต่างๆ มีผ้าโพกหัวทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ชาวไทลื้อมีความเชื่อด้านพิธีกรรมจึงพบว่ามีกรนับถือผีที่หลากหลาย ทั้งผีเจ้าเมือง ผีบ้านผีเรือน เป็นต้น

กิตติฤกษ์ ปิตาทะสังข์, คชาภุช เหลี่ยมโรสง (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ของสี่กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ เพื่อออกแบบการทุนสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของ 4 กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ 2) เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมของ 4 กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานใต้ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่เข้าเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 169 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งมีโครงสร้าง 2) สื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม 3) แบบประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม และ

4) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสานได้ประกอบด้วย ไทยลาว ไทยเขมร ไทยโคราช และไทยกูย แต่ละกลุ่มมีอัตลักษณ์ที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดทั้งด้าน ภาษา การแต่งกาย อาหาร และประเพณี ซึ่งประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มไทยลาวคือ บุญบั้งไฟ ประเพณีของไทยเขมรคือแซนโหม่งตา ประเพณีการเล่นของไทยโคราชคือเพลงโคราช ประเพณีชาวไทยกูยคือพิธีเซ่นผีปะกำ ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับดีมาก ส่วนความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสื่อโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก การพัฒนาสื่อการทุนสำหรับการประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม มีความเหมาะสมกับผู้ชมทุกวัย มีประโยชน์ด้านการให้ความรู้ ทำให้ผู้ชมสามารถจดจำเนื้อหาไปพร้อมกับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ดังนั้นสื่อการทุนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมให้กว้างขวางต่อไป

นฤมล ละวงค์, อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ปากะญอ บ้านหนองมนตา ตำบลแม่วิน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้าน หนองมนตา (มอวาคี) รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่ม ชาติพันธุ์ปากะญอในชุมชนบ้าน หนองมนตา (มอวาคี) ตำบลแม่วิน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยวิธีการรวบรวม เก็บข้อมูลจากภาคเอกสารและภาคสนาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนบ้านหนองมนตา (มอวาคี) มีกระบวนการสร้างข้อตกลงร่วมกัน การกำหนดบทบาทหน้าที่ของ คนในชุมชน ตลอดจนจัดการศึกษาโดยใช้โรงเรียนในชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม การจัดการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ปากะญอในชุมชนบ้านหนองมนตา พบว่า ปัจจัยภายในชุมชน มีผู้รู้ ผู้ อาวุโสเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญในการขับเคลื่อนการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ส่วนปัจจัย ภายนอกมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เข้า มามีส่วนร่วมการรักษาและอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิต แบบปากะญออย่างต่อเนื่อง

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างสรรค์มรดกวัฒนธรรม:สู่การ สร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ การนำรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยในอดีตมาใช้ใน ลักษณะต่างๆกัน โดยเฉพาะในโครงการที่มีความสำคัญระดับชาติ เช่น ในกรณีโครงการอาคารศาล ฎีกาและอาคารรัฐสภาแห่งใหม่ เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมในขณะเดียวกัน ลักษณะ สถาปัตยกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ไทยสมัยใหม่ก็ไม่มี ความชัดเจน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ ค้นหาและนำเสนอใน 4 ประเด็นหลัก คือ 1) ความเหมาะสมของรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ ไทยในสังคมปัจจุบัน 2) แนวทางการสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ 3) แนวทางการ ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ 4) โอกาสที่พึงได้จากผลของการพัฒนา เอกลักษณ์ไทยสมัยใหม่ในงานสถาปัตยกรรมต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งนี้ในการศึกษา วิจัยเบื้องต้นนี้ได้อาศัยการสำรวจทางกายภาพอาคารที่มีลักษณะไทยในรูปแบบต่างๆร่วมกับการ ค้นคว้าจากเอกสาร เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดกรอบทฤษฎีและการวิเคราะห์ การเสนอ แนวทางการสร้างสรรค์และการพัฒนาเอกลักษณ์ไทยในงานสถาปัตยกรรมสำหรับสังคมสมัยใหม่ การ

วิจัยเบื้องต้นนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงความไม่เหมาะสมของรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะไทยในบริบทสังคมปัจจุบันไม่ว่าเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประเพณีรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์และรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยเชิง สุนทรีย์จึงจำ เป็นต้องคิดใหม่ทำใหม่ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ท่ามกลางกระแส สถาปัตยกรรมสากล โดยจะต้องมีการนำปัจจัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าใน โลกยุคใหม่ ร่วมพิจารณาปัจจัยเดิมที่เป็นรากเหง้าทางวัฒนธรรม โดยรูปลักษณะ (เปลือก) มีความสัมพันธ์กับภูมิปัญญา (แก่น) พร้อมกันนี้ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนใน 5 แนวทาง ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกสาธารณะ การปรับเปลี่ยนระบบการศึกษา การจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ การกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติ วิชาชีพทำ หน้าที่ในการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ไทย และการส่งเสริมและการสร้างกำลังใจสำหรับผู้ที่มีผลงานออกแบบและงานวิจัยดีเด่น งานวิจัยนี้ยังนำเสนอเชื่อมโยงไปถึงโอกาสที่การสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่มีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และท้ายสุดได้นำ เสนอประเด็นคำถามวิจัย 12 ข้อ เพื่อการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบต่อไป

จิตตินุช วัฒนะ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลกให้เป็นที่รู้จักและนำไปสู่การสร้างจุดขายการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีของประชาคมในพื้นที่จากนั้นนำไปวิเคราะห์หาศักยภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป ผลการวิจัยปรากฏดังนี้การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายต่อการกำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก มีความคล้ายคลึงกัน ระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เห็นว่าอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก คือ 1) พระพุทธชินราช 2) สมเด็จพระนเรศวรมหาราช 3) น้ำตกและ 4) กว๊านเขื่อนวชิราลงกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นประชาชนและผู้ประกอบการสินค้า OTOP แต่ประชาชนและผู้ประกอบการสินค้า OTOP เห็นว่ากล้วยตาก และสุนัขบางแก้วเป็นอัตลักษณ์ของ จังหวัดพิษณุโลก นอกจากนี้การรับรู้ของประชากรสองกลุ่ม ไม่ได้กล่าวถึง พระนางพญา ไก่ชนพระนเรศวร และดนตรีม้งกะละ ซึ่ง ปรากฏในข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดพิษณุโลก จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการจัดภูมิทัศน์ วัฒนธรรมชุมชนเพื่อเป็นแนวทางการจัดการถนนคนเดินภายใต้อัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ที่จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ประชาชนในท้องถิ่นต่อไป

จินตนา ลิ้นโพธิ์ศาล 2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นกับการ นำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นประเภทผ้าทอมือของชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ที่นำมาต่อยอดส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม 2) ศึกษาแนวทางการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตงานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร 3) จัดทำเส้นทางการศึกษาวัฒนธรรมเชิงท่องเที่ยวของผ้าพื้นเมืองที่สำคัญทั้ง 4 ประเภทของจังหวัดสกลนครคือ ผ้าไหม

ผ้าฝ้าย ผ้าฝ้ายผสมใยสังเคราะห์ ผ้าฝ้ายผสมไหม กับเครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณค่าอัตลักษณ์ผ้าทอมือในจังหวัดสกลนครที่นำมาต่อยอดส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม ของอำเภอโคกศรีสุพรรณ ผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแซ่ ตำบลตองโขบ อำเภออากาศอำนวย ผ้าฝ้ายย้อมคราม ผ้ามัดหมี่ ผ้าคลุมไหล่ บ้านสามัคคี ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอพนารนิคม ผ้าฝ้ายย้อมครามสำหรับแต่งกาย ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋ บ้านตอเรือ ตำบลนาหว้า บ่อ อำเภอพังโคน ผ้าฝ้ายสำหรับเป็นผ้าแต่งกาย ผ้าพันคอ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าถุง เสื้อพื้นเมืองสำเร็จ ผ้าขาวม้า หมอนอิง ผ้ามา่น กระเป๋าถือสตรี บ้านสงเปลือย ตำบลไฮหย่อง อำเภอกุสุมาลย์ ผ้าฝ้ายใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ผ้าขาวม้า ผ้าสบู่ ผ้าพันคอ ผ้าห่ม ผ้าคลุมไหล่ บ้านนาเพียงใหม่ ตำบลนาเพียง อำเภอโพนนาแก้ว ผ้าลายมุก บ้านวังปลาเชือก ตำบลบ้านโพน อำเภอกุดบาก ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ผ้าทอสำหรับแต่งกาย ผ้าคลุมไหล่ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าอเนกประสงค์ บ้านกลาง ตำบลกุดไฮ อำเภอวานรนิวาส ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมลายสร้างสรรค์ บ้านห้วยหิน ตำบลหนองวาง อำเภอสว่างแดนดิน ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ผ้าคลุมไหล่ บ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอคำตากล้า ผ้าฝ้าย สำหรับแต่งกาย ผ้าหม่นวม ผ้าขาวม้า ผ้าย้อมคราม บ้านกุดจาน ตำบลแพต อำเภอวาริชภูมิ ผ้าไหมมัดหมี่ลายสร้างสรรค์ บ้านดอนยาวน้อย ตำบลหนองลาด อำเภอกุพาน ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติและผ้าฝ้ายย้อมคราม ผ้ามัดหมี่ ผ้าพื้น บ้านโคกภูใหม่ ตำบลโคกภู

2. แนวทางการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตงานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร แหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมลายสร้างสรรค์ ผ้าไหมย้อมสี ได้แก่ แหล่งทอผ้าไหม อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอวานรนิวาส อำเภอวาริชภูมิ แหล่งผลิตผ้าฝ้ายย้อมคราม ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ผ้าฝ้ายย้อมสีเคมี ได้แก่ แหล่งทอผ้าฝ้ายอำเภออากาศอำนวย อำเภอพนารนิคม อำเภอพังโคน อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอโพนนาแก้ว อำเภอกุดบาก อำเภอสว่างแดนดิน อำเภอคำตากล้า อำเภอกุพาน

3. การจัดทำเส้นทางการศึกษาวัฒนธรรมเชิงท่องเที่ยวของผ้าพื้นเมืองที่สำคัญ มี 4 ชนิด คือ (ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าฝ้ายผสมใยสังเคราะห์ ผ้าฝ้ายผสมไหม) สามารถจัดทำได้ 2 เส้นทาง คือ ผ้าไหม และผ้าฝ้าย อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอวานรนิวาส อำเภอวาริชภูมิ เป็นแหล่งผลิตผ้าไหม สามารถเดินทางไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโบราณสถาน โบราณวัตถุบ้านท่าวัด วัดพระธาตุตุ้ม วัดป่าสุทธาวาส วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร วัดพระธาตุนารายณ์เจงเวง วัดพระธาตุภูเพ็ก วัดถ้ำขาม วัดคำประมง วัดป่าอุดมสมพร วัดพระธาตุศรีมงคล วัดถ้ำพระพุทไธยาสน์ อำเภออากาศอำนวย อำเภอพนารนิคม อำเภอพังโคน อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอโพนนาแก้ว อำเภอกุดบาก อำเภอสว่างแดนดิน อำเภอคำตากล้า อำเภอกุพาน เป็นแหล่งทอผ้าฝ้าย สามารถเดินทางไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไทโส่ ถ้ำเสรีไทย ผานางเมิน ลานสาวเอ้ ทางฝีม่าน ถ้ำผาลาย วัดพระธาตุภูเพ็ก วัดถ้ำขาม วัดคำประมง วัดป่าอุดมสมพร ปราสาทบ้านพันนา ผาผึกหวาน วัดถ้ำอภัยดำรงธรรม

2.7.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวางแผนและพัฒนาการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว

นำขวัญ วงศ์ประทุม (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเหมาะสมของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม : กรณีวัดป่าสัก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดทำสื่อเพื่อสื่อ

ความหมายของวัดป่าสัก ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลจากป้ายสื่อความหมายและใช้เวลาศึกษาแหล่งท่องเที่ยวยาวนานกว่ากลุ่มอื่น ๆ คือกลุ่มที่ประกอบไปด้วยนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ พบว่าวัดป่าสักที่มีการสื่อความหมายหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย แต่ได้พบว่าสื่อที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกวัดป่าสักมีความไม่ชัดเจนหลายแห่ง ป้ายสื่อความหมายบางแห่งถูกวางในตำแหน่งไม่เหมาะสมและถูกบดบังด้วยต้นไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถศึกษาข้อมูลได้โดยสะดวก ทั้งยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อความหมาย และจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ามีแนวทางในการจัดทำสื่อเพื่อสื่อความหมายของวัดป่าสัก 4 แนวทาง คือ 1) แนวทางในการเพิ่มจำนวนป้ายและสมุดบอกตำแหน่ง 2) แนวทางในการจัดเรียงข้อมูลและการจัดระเบียบข้อมูลบนป้าย 3) แนวทางในการจัดระเบียบการติดตั้งป้ายสื่อความหมาย และสมุดบอกตำแหน่ง 4) แนวทางในการจัดหาผู้รู้เพื่อประจำสถานที่ท่องเที่ยว ทั้ง 4 แนวทางนี้จัดได้ว่าเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อสังคมและปัญหา และจากการศึกษามีข้อเสนอแนะว่าสื่อความหมายทั้งภายในและภายนอกวัดป่าสักต้องเพิ่มความชัดเจนของข้อมูลในป้าย และสมุดบอกตำแหน่ง นอกจากนี้ยังควรเพิ่มจำนวนป้ายสื่อความหมายและจุดในการติดตั้งป้ายสื่อความหมายและสมุดบอกตำแหน่งเพิ่มจากที่มีอยู่ และควรจัดให้มีการเพิ่มบริการภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลจากป้ายสื่อความหมายและใช้เวลาศึกษาแหล่งท่องเที่ยวยาวนานกว่ากลุ่มอื่น ๆ คือกลุ่มนักศึกษา และวัดป่าสักมีการใช้ป้ายสื่อความหมายหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย แต่ได้พบว่าสื่อที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกวัดป่าสักมีความไม่ชัดเจนหลายแห่ง ป้ายสื่อความหมายบางแห่งถูกวางในตำแหน่งไม่เหมาะสมและถูกบดบังด้วยต้นไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถศึกษาข้อมูลได้โดยสะดวก ทั้งยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อความหมาย จึงทำให้น่าข้อผิดพลาดที่พบจากงานวิจัยนี้มาปรับใช้กับการศึกษาเรื่องการพัฒนาเครื่องมือสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวนี้ได้ ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว แต่การเดินทางเข้าศึกษาธรรมชาตินั้นผู้ที่ได้รับความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องเพียงร้อยละ 27.3 นอกจากนั้นเป็นผู้ไม่ทราบร้อยละ 73.7 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทราบถึงสภาพพื้นที่มาก่อน โดยเฉพาะผาหล่มสัก และผานางแอ่น ส่วนสื่อต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการให้อุทยานพัฒนาขึ้นเรียงตามลำดับความต้องการ 5 อันดับแรกคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เครื่องหมายและแผ่นป้าย แผ่นพับ สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) โทรทัศน์ ตามลำดับ

อภิญญา บัศคาลา อรุณนภาพร 2552 ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่บนเส้นทางรถไฟสายมรณะ เส้นทางรถไฟสายไทย-พม่า หรือทางรถไฟสายมรณะ(Death Railway) มีความสำคัญอย่างยิ่งในทางประวัติศาสตร์และในฐานะของความ เป็นมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งทางประวัติศาสตร์บางแห่งบนเส้นทางรถไฟนี้ ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวบ้างแล้ว ในขณะที่ยังมีแหล่งที่มีคุณค่าและความสำคัญอีกมากมาย จึงเป็นที่มาของการศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่บนเส้นทางรถไฟสายมรณะนี้ อันมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการสำรวจแหล่งทางประวัติศาสตร์ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อวางแผนการตีความและสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งต่างๆ นี้ ให้เป็นที่เข้าใจและรู้จักมากขึ้นในหมู่คนไทยและชาวต่างชาติ ผ่านการพัฒนาให้เป็น

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืน โดยในการศึกษานี้การวิจัยเชิงคุณภาพได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษา ด้วยเทคนิควิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก, การสนทนากลุ่มและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่มในระหว่างการทำงานเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อที่จะสำรวจและศึกษาถึงคุณค่าของแหล่งประวัติศาสตร์ต่างๆ รวมถึงหลักในการพัฒนาแหล่งนั้นๆ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา

ผลการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้เกิดการพัฒนาและตีความแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นการสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมที่ดีวิธีหนึ่ง ส่วนจะมีการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการตีความและสื่อความหมายเรื่องใด พร้อมทั้งได้ทราบถึงแหล่งประวัติศาสตร์ที่สมควรได้รับการพัฒนามากที่สุดจำนวน 6 แหล่งและเหตุผลสนับสนุนในด้านคุณค่า ความสำคัญทางมรดกวัฒนธรรมและสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย ส่วนรูปแบบในการพัฒนาและสื่อความหมายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งใหม่นั้น สามารถนำเอาหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเข้ามาใช้ในการวางแผน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ตอบโจทย์และร่วมวางรากฐานการมีส่วนร่วมของชุมชนเอาไว้แล้ว จากการให้โอกาสชุมชนเข้ามาแสดงความคิดเห็นถึงแหล่งต่างๆ ที่สมควรได้รับการพัฒนา สิ่งสำคัญในการวางแผนการพัฒนาคือการสืบค้น บันทึก ตีความและสื่อความหมายคุณค่าและความสำคัญทางมรดกวัฒนธรรมของทั้ง 6 แหล่ง โดยการใช้เทคนิคต่างๆ ในการสื่อความหมายซึ่งล้วนเป็นสิ่งจำเป็นในการเล่าประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสายมรณะให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

พรลภัส อุณาพรหม 2555 ได้ทำการศึกษาเรื่องบทบาทการสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งมรดกโลก นครประวัติศาสตร์อยุธยา บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทการสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรมแหล่งมรดกโลก นครประวัติศาสตร์อยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การ ศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม ผลการศึกษาพบว่า บทบาทการสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นไม่ชัดเจน ทำให้ไม่ประสบผลสำเร็จทางการสื่อสาร เนื่องด้วยเนื้อหาข้อมูลที่ใช้ในการสื่อความหมายเป็นการใช้ข้อมูลซ้ำเดิมเป็นระยะเวลานาน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล สอดคล้องกับยุคสมัย อีกทั้งเนื้อหาและประเด็นที่นำเสนอเป็นการ เน้นเนื้อหาเฉพาะด้าน ด้านกลวิธีการสื่อความหมายนั้นขาดความหลากหลายในวิธีการนำเสนอ ขาดความน่าสนใจ สร้างความสับสน แก่ผู้รับสาร ทำให้ไม่สามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาที่แท้จริงของการเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญในฐานะมรดกร่วมสากล จากการประกาศขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลกขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534

ป้อมศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง ม.ป.ป. ได้ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการการสื่อความหมายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทวัดในอำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยรูปแบบกระบวนการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทวัดใน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า มีการใช้กระบวนการสื่อความหมายด้วยบุคคลทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัดพะโคะ มีกระบวนการสื่อความหมายด้วยบุคคลประกอบด้วย ประชาชนชาวบ้าน พระสงฆ์ มัคคุเทศก์ ยูวมัคคุเทศก์ โดยกระบวนการสื่อความหมายรูปแบบดังกล่าวมีข้อจำกัดทางด้าน

มาตรฐานของข้อมูลที่ใช้ประกอบการบรรยาย และขาดการกำหนดช่วงเวลาชัดเจนในการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว สำหรับวัดจะทิ้งพระ ไม่ปรากฏกระบวนการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล นอกจากนี้ พบว่ามีการใช้กระบวนการสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคลในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย วัดพะโคะ ใช้การสื่อความหมายในรูปแบบที่ไม่ใช้บุคคลประกอบด้วย ป้ายบอกทาง ป้ายอธิบายข้อมูล โบราณสถาน เว็บไซต์ของวัด พิพิธภัณฑ์ ศูนย์บริการข้อมูล หนังสือประวัติวัด ในวัดจะทิ้งพระพบป้าย อธิบายข้อมูลโบราณสถาน เพียงอย่างเดียว แนวทางในการพัฒนา ประกอบด้วย

1. การใช้สื่อประเภทบุคคลในการสื่อความหมาย พบว่า ประชาชนชาวบ้าน จะต้องมีการ นำเสนอข้อมูลที่เป็นมาตรฐานและเหมือนกันทุกครั้งที่การทำงาน และควรมีคุณลักษณะที่มีอัธยาศัย เป็นมิตร ใช้เวลาบรรยายให้เหมาะสม ในแต่ละพื้นที่

2. การใช้สื่อประเภทไม่ใช้บุคคลในการสื่อความหมาย พบว่า ป้ายบอกทิศทาง ในการจัดทำ ป้ายบอกทิศทางภายในวัดควรมีการติดตั้งในสถานที่ๆ มองเห็นได้ชัดเจน

ขึ้น ศรีสวัสดิ์ 2550 ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบและการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของ หนึ่งบักต้อ ต่อสังคมในเขตพื้นที่ชนบทอีสานตอนล่าง :อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร และ อำนาจเจริญ การวิจัยเรื่องราวของหนึ่งบักต้อในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) เพื่อ ศึกษาการสื่อความหมายของหนึ่งบักต้อที่มีต่อสังคมในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาผลสะท้อน ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของหนึ่งบักต้อต่อสังคมปัจจุบัน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทาง เศรษฐกิจที่มีผลต่อการ ดำรงอยู่ของหนึ่งบักต้อในกระแสสังคมปัจจุบัน ส่วนวิธีการวิจัยได้ใช้วิธี การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจาก เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากห้องสมุดและจากอินเทอร์เน็ต จากนั้นได้มีการสืบค้นหาคณะหนึ่งบัก ต้อทั้งที่เคยมีมาในอดีตและที่ยังแสดงอยู่โดยวิธีการสอบถามแบบปากต่อปากตามเทคนิคสโนว์บอล (Snow Ball) ซึ่งได้สัมภาษณ์พูดคุยกับหัวหน้าคณะและผู้ที่เคยมีบทบาทอยู่ในคณะหนึ่งบักต้อในพื้นที่ 4 จังหวัดในเขตอีสานตอนล่างมาจำนวน 21 คน และ สุดท้ายได้ไปสังเกตการแสดงของคณะหนึ่งบัก ต้อรวมทั้งหมด 6 คณะ จำนวน 8 ครั้ง

ผลการวิจัย พบว่า

1. หนึ่งบักต้อได้สื่อความหมายต่อสังคมปัจจุบันหลายด้าน ทั้งในด้านความบันเทิง ด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คติสอนใจ คุณธรรมจริยธรรม สถานะทางสังคมของคนอีสาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครองและราษฎร ลักษณะการใช้ภาษาคุณค่าของการมีวิชา ความรู้ของคนในสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและลักษณะนิสัยของคนอีสาน

2. หนึ่งบักต้อได้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมต่อสังคม เนื่องจากมีอัตราค่าจ้างที่ต่ำและต้นทุนน้อยแม้จะได้ค่าจ้างต่ำแต่เมื่อต้นทุนน้อยรายได้ที่รับมาก็จะเป็น รายได้สุทธิ ซึ่งพอมีเหลือไว้ใช้จ่ายในครอบครัวบ้าง นอกจากนี้ยังช่วยให้การจัดงานในครั้งนั้น มีความ สงบเป็นระเบียบไม่มีการทะเลาะวิวาทของกลุ่มวัยรุ่นอีกด้วย เพราะผู้ที่มาชมหนึ่งบักต้อส่วนใหญ่จะ เป็นเด็กและผู้ใหญ่กัน ส่วนวัยรุ่นจะมาชมน้อยมากในขณะเดียวกันหนึ่งบักต้อก็จะได้คติ สอนใจและทำ ตนเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม โดยผ่านตัวเอกของเรื่องในการแสดงแต่ละครั้งด้วย

3. การเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการล่มสลายของหนึ่งบักต้อมีผลมาจากปัจจัยทาง เศรษฐกิจ เป็นสำคัญและมีปัจจัยทางสังคมอื่น ๆ เช่น ความรู้ ความศรัทธาของคณะผู้แสดงที่จะอนุรักษ์ฟื้นฟู วัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้ไว้คู่กับสังคมอีสานต่อไป และการหนุนเสริมจากองค์กร หรือหน่วยงาน

ภายนอกในด้านการหาเวทีให้แสดงหรือการหนุนเสริมด้านงบประมาณในการ ปรับปรุงคณะให้มีความพร้อมในการแสดงมากขึ้น

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล, พชรินทร์ เสริมการดี ม.ป.ป. ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษา ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดน และบ้านโตนปาหนัน อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้าน ทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดน และบ้านโตนปาหนัน อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล โดย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสังเกต การสอบถาม และการสนทนากลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้นำและตัวแทนชุมชน หน่วย งานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการหาค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านทุ่งมะปรางและบ้านโตนปาหนันเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำนึงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวควรสร้างจุดเด่นของพื้นที่โดยนำธรรมชาติมาเสนอเป็นจุดขาย ปรับปรุงความสะอาด และภูมิทัศน์ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก จัดทำสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและจัดเตรียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับ การถ่ายทอดความรู้ และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และ3)ด้านการพัฒนาการตลาดจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชนเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และจัดทำคู่มือแผ่นพับ ใบปลิวและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสำหรับ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีนโยบายในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความยั่งยืนโดยให้ ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อการวางแผนและการดำเนินงาน ควรมีการสร้าง เครือข่ายกับชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และจัดให้มีกลไกที่สำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างชุมชนบ้านทุ่งมะปราง และชุมชนบ้านโตนปาหนัน

2.7.6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

พิสมัย ประชานันท์ และคณะ 2550 ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) ศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน โดยที่นักท่องเที่ยวทั้ง

ชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ

ซูย์ กำลังงาม และคณะ 2550 ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนพื้นฐานพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ใน วัยหนุ่มสาว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป และอเมริกาส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเป็นประชาชนในท้องถิ่นและอยู่ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกันเป็นส่วนมาก เหตุผลของการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนั้นเพราะมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน อันเก่าแก่มากกว่างานวัฒนธรรมและประเพณี โดยมีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการมาศึกษาหาประสบการณ์ และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 68.9 มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวคือร้อยละ 1.6 ด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นส่วนใหญ่พักกับครอบครัวหรือญาติพี่น้องมากกว่าพักโรงแรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักที่โรงแรมมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อทุกรูปแบบ อย่างไรก็ตามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความสนใจจะเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการท่องเที่ยวที่ประเทศลาวมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการไปเที่ยวประเทศกัมพูชามากที่สุด

แนวทางการจัดการด้านการตลาดควรจะมีมุ่งเน้นไปยังการจัดการการให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวคือการได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่ได้มาเที่ยวแล้วมากที่สุด ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดคือการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กลับไปบอกเล่าให้กับญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ในลักษณะยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ในเชิง “ปากต่อปาก” อันเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและลงทุนน้อยที่สุด สำหรับการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังมีอุปสรรคหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และกฎระเบียบเข้าออกระหว่างประเทศ ถ้าสามารถแก้ไขได้ สร้างความเป็นหุ้นส่วนของกันและกันการ

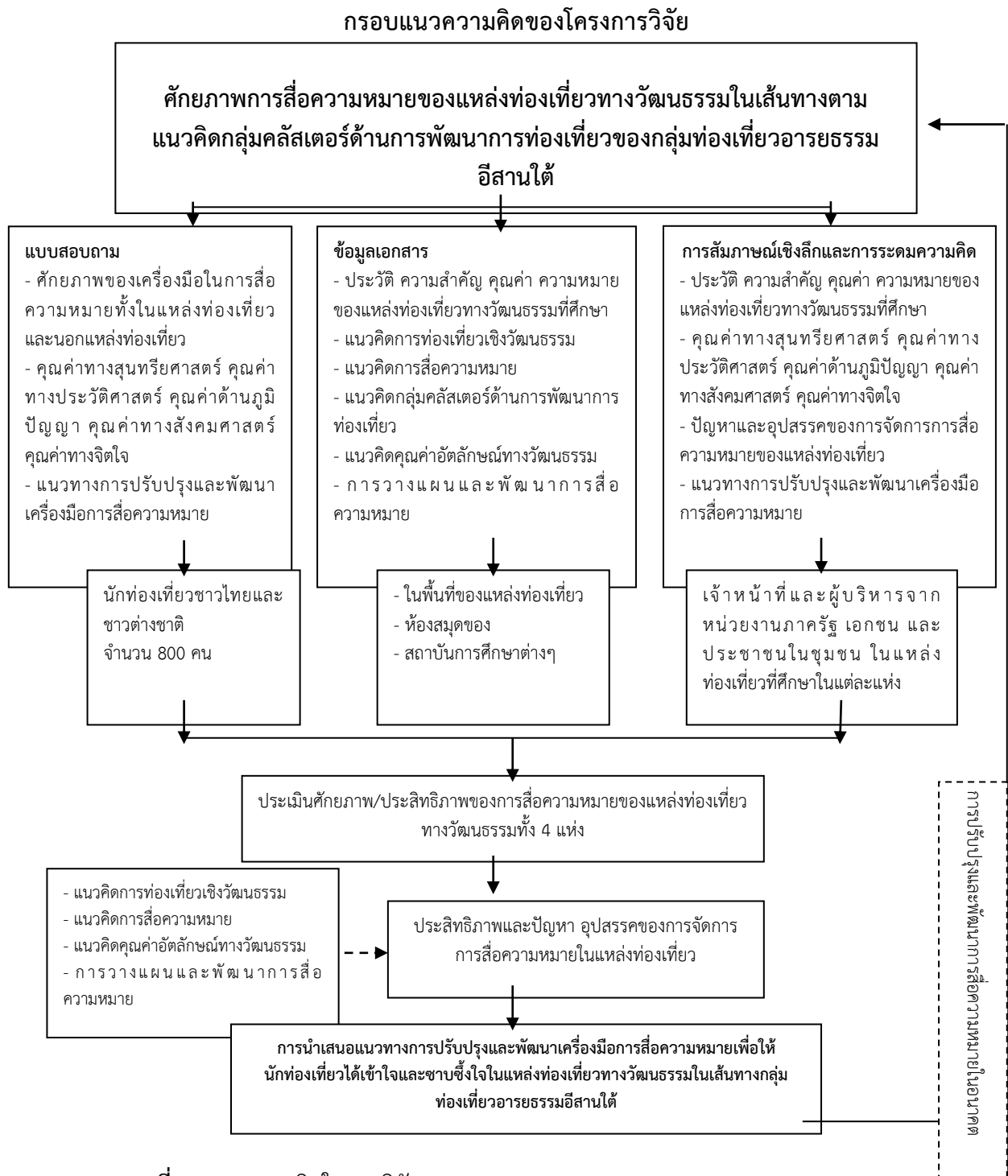
ติดต่อกันระหว่างท้องถิ่นกับท้องถิ่นประเภทเข้าและเยือนแบบบ้านพี่เมืองน้อง จะขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

รชนีัย พัฒนาราช 2552 ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อจัดทำข้อมูลแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นนักเรียน / นักศึกษา สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน / การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์และเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว / ญาติ แบบไปเช้า – เย็นกลับ โดยชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชื่นชอบกิจกรรมการถ่ายรูปและชมวิวทิวทัศน์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 3,000 บาท ซึ่งสื่อบุคคล(ปากต่อปาก) สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ดี ในส่วนของบุคลากรภาครัฐที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และบุคลากรภาคเอกชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจร้านขายสินค้าและของที่ระลึก มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6 – 15 ปี มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 20 คน และในส่วนของผู้นำชุมชนและประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท ในด้านความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมและกระบวนการให้การศึกษาภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับดี ส่วนความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่มมีความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการพัฒนาในระดับมากด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การบริการของร้านค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และกิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ส่วนบุคลากรภาครัฐและบุคลากรภาคเอกชนมีความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในระดับมาก ด้านการปรับปรุงคุณภาพสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การประสานงานกันระหว่างภาครัฐและประชาชน ในการกำหนดกฎระเบียบและคุณภาพของการท่องเที่ยว และผู้นำชุมชนและประชาชนมีความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในระดับมากด้านการอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) และให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการในการรักษาและสืบสานเอกลักษณ์แก่ชุมชน

แนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี คือ ควรมีการสร้างมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น มีการส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าของฝากและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐาน มีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างรายได้และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนใน

ท้องถิ่น และควรมีการส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยส่งเสริมให้ประชาชนที่มีความรู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลังต่อไป

2.8 สรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย