

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปุย อำเภอมือง จังหวัดสตูล : วัฒนธรรม 2 แผ่นดิน คณะวิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจและเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ต่อไป สำหรับแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
4. การตลาด (Marketing)
5. ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)
6. การมีส่วนร่วม (Participation)
7. การพึ่งตนเอง (Self-reliance)
8. ภูมิปัญญาชาวบ้าน (Wisdom,Indigenouse Knowledge)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

1.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ "การท่องเที่ยว" (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้าง กว้างขวางเพราะไม่ได้หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้นฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจท่องเที่ยวในทุกวันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่อง กับเรื่องราวในประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของพื้นที่ในแง่ใดแง่หนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวอาจเป็นการผสมผสานกัน ระหว่างการชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เมืองเก่า การชมการแสดงทางวัฒนธรรมและการรับชมใช้สอยซื้อของที่ระลึกในตลาดโบราณ หรือแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีความหลากหลาย ดังนี้ (ทวีป ศิริรัศมี, 2547)

1.3 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 9 ประการ ด้วยกัน (บุญเลิศ,2548)

คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
- 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการ

อย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักไม่ให้เกิดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมหรือให้ กระทบน้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่ง วิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่ต้องการ ศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนใน ท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และมี จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องเป็นการท่องเที่ยว ในลักษณะที่มีการตลาด ของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่อง อนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดย การเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมี กิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีด ความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยการยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถ รองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยยึดหลักว่าป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดเพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

1.4 แนวคิดทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แนวคิดทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถประมวลเป็นหัวข้อสำคัญได้ ดังต่อไปนี้ การตัดสินใจวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงคุณค่าด้านกายภาพ และวัฒนธรรม ของพื้นที่

1) การกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวภายในชุมชน ต้องคำนึงถึงศักยภาพด้านการ รองรับนักท่องเที่ยวของกายภาพ ระบบการบริการต่างๆ และความเปราะบางทางวัฒนธรรม

2) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องยึดความสมดุลทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนเป็น หลักและต้องไม่ให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนใน ชุมชน

3) การท่องเที่ยวจะต้องเป็นการจัดการ และพัฒนาอย่างยั่งยืน

4) ชุมชนควรจะมีบทบาทในการวางแผนเพื่อการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ชุมชน ตั้งแต่ เริ่มต้น

5) ประชาชนในชุมชน ควรจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่าง เท่าเทียมกัน ผลประโยชน์ที่ได้รับอาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

1.5 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) มีการจัดการดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทาง

ท่องเที่ยว

ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional

tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) หมายถึง

การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความสะดวกเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (สืบค้นออนไลน์จาก <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism> เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2555)

เทิตชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า ทูทางสังคมและวัฒนธรรม(Social and Cultural Capital) เป็นทุนที่เป็นนามธรรมแต่มีความสำคัญในการเป็นชุมชนและความเป็นปึกแผ่นของชุมชนอย่างมาก ทุนทางสังคม เน้นความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความสามัคคี ความเอื้ออาทรต่อกัน เกิดความไว้วางใจกัน และเกิดความร่วมมือในลักษณะกลุ่มหรือเครือข่าย ซึ่งเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติ (Norm) แบบเดียวกัน นั่นคือ การเคารพต่อผู้อาวุโส การเคารพต่อการเป็นเพื่อนร่วมชุมชนเดียวกัน ซึ่งได้ปฏิบัติต่อกันโดยอัตโนมัติ ทำให้เกิดการส่งเสริมและเกื้อหนุนให้องค์กรทางสังคมหรือเครือข่าย (Network) ที่เอื้อเพื่อแผ่ต่อกันได้ง่ายขึ้น แม้การเกิดกลุ่มหรือเครือข่ายนั้นจะเป็นไปได้อย่างช้าๆ แต่ก็ก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงาน และมีความไว้วางใจ (Trust) ต่อกันได้ โดยมีเป้าหมายสูงสุดเดียวกัน ส่วนทุนทางวัฒนธรรม เน้นใช้ความรู้ ภูมิปัญญาและเน้นค่านิยมท้องถิ่นตลอดจนเน้นการอนุรักษ์และพัฒนาขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชน

2.แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังนี้ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
 5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไว้ดังนี้
1. ต้องเป็นการดำเนินการภายใต้ความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตต่อกระบวนการท่องเที่ยว
 2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน
 3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

2.1 หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545)

- 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
- 2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
- 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต
- 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว
- 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
- 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว
- 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา
- 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
- 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

10) การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

2.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุซาวดี พูลพิพัฒน์ผล, 2545)

1) **เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity)** หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถอบประสพการณ์นันทนาการที่ดีให้นักท่องเที่ยว

2) **เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality)** หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3) **เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance)** หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ (2556) ได้กล่าวถึงที่มาของความหมาย **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** ว่าคำว่า **Creative Tourism** สร้างขึ้นโดย คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และเกร็ก ริชาร์ด (Greg Richard) ซึ่งกล่าวว่าเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจ ของเรื่องเล่าที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ในช่วงปี 2542-2543

นักท่องเที่ยวผู้หนึ่งได้เล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจของตนขณะมาท่องเที่ยว ว่าเธอมีความสนใจที่จะเข้าเรียนนวดแผนไทยที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลาหลายสัปดาห์ ก่อนจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะบาหลิ ประเทศอินโดนีเซีย และเข้าไปมีส่วนร่วมฝึกหัดการทำมังสวิริติ จากนั้นเดินทางต่อไปที่ประเทศออสเตรเลียเพื่อเข้าเรียนรู้ช่วงสั้นๆในการดูแลฝูงแกะและปศุสัตว์ (Jillaroo) ในฟาร์ม

คริสปิน เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด มองว่าน่าจะมีชื่อใหม่เพื่อที่จะใช้เรียก การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้าไปร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่ ที่ตนเองได้ท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวนอกจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ใหม่นั้นมาใช้กับชีวิตหรือการทำงานของตน ภายหลังที่กลับมาจากการท่องเที่ยวแล้วด้วย และในที่สุดทั้งคริสปิน เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด ก็พบคำว่า **Creative Tourism** มีความหมายที่เหมาะสม ที่จะใช้เรียก การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว

คริสปิน เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด ได้กำหนดและนิยาม การท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้ผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปในลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว

ต่อมาในการประชุม Creative Cities Network ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม 2549 มีวัตถุประสงค์เอวางแผนเตรียมการประชุม Santa Fe International Conference on Creative Tourism ในปี 2551 ได้มีการหารือถึงคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการวางรูปแบบของการประชุมดังกล่าว ซึ่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอประสบการณ์และการมีส่วนร่วม โดยคณะกรรมการวางแผนการประชุมได้

ร่วมกันพัฒนานิยามความหมายให้กับ Creative Tourism ขึ้นใหม่ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ด้านศิลปะมรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะที่”

4. แนวคิดทางการตลาด

การตลาด (Marketing) ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายและนิยามไว้ดังนี้

Peter Drucker ให้ความหมายของการตลาด ดังนี้ "การตลาด คือ ความพยายามทำให้การขายขยายกว้างออกไป และด้วยความรวดเร็วที่สุด"

William J. Stanton ได้กล่าวไว้ว่า "การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด ที่สามารถส่งผลกระทบต่อระหว่างกันได้ เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคต"

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association: AMA) ได้ให้นิยามว่าการตลาดไว้ดังนี้ "การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและบริหารในด้านแนวความคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุขความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร"

Philip Kotler ศาสตราจารย์ด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ให้นิยามของการตลาดว่า "การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้เป็นที่ยพอใจโดยผ่านกระบวนการการแลกเปลี่ยน"

ความสำคัญของการตลาด เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับความสำคัญของการตลาด จึงได้แบ่งเป็นระดับต่างๆ ดังนี้

4.1 ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ระบบเศรษฐกิจในความต้องการของทุกประเทศ คือ ระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการตลาดจะเป็นกลไกหรือเครื่องมือที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดสภาวะการณ้ข้างต้นได้ด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1) การตลาดเป็นกลไกหลักในการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสามารถขยายตัวและเติบโต
- 2) การตลาดจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในสังคมให้สูงขึ้นซึ่งเกิดขึ้นจากระบบการแข่งขันทางการตลาดที่จะเป็นปัจจัยให้ผู้ผลิตเร่งพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนให้มีคุณภาพเกิดความสะดวก และมีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง
- 3) การตลาดจะเป็นปัจจัยให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น

4.2 ความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ

ตามที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของการตลาด ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจไปแล้วนั้น ทำให้พิจารณาได้ว่า การตลาด คือ กิจกรรมหลักประการหนึ่งของภาคธุรกิจ และเป็นเครื่องมือของการสร้างผลกำไรหรือนำไปสู่เป้าหมายอื่นๆ ขององค์กร โดยสามารถประมวลความสำคัญของการตลาดต่อภาคธุรกิจได้ดังนี้

- 1) การตลาด เป็นกิจกรรมหลักขององค์กรธุรกิจที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการขององค์กรไปสู่ผู้บริโภค และนํารายได้มาสู่องค์กรในที่สุด
- 2) การตลาด นำมาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดขององค์กร เช่น การสร้างผลกำไรสูงสุด และในระยะยาวคือการขึ้นเป็นผู้นำตลาดขององค์กร หรือแม้แต่การเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นต้น

4.3 ความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

หน่วยงานภาครัฐ (หมายถึงความรวมถึงหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ) และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร เช่น สถาบันการศึกษา มูลนิธิ สมาคม หรือองค์กรเพื่อสาธารณกุศลต่างๆ สามารถนำการตลาดมาเป็นเครื่องมือเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้

4.4 ความสำคัญต่อผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการตลาดภายในระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

1) ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสรรสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

2) การตลาด ทำให้สินค้าหรือบริการมีราคาที่ถูกลง เมื่อเทียบกับคุณภาพและความพอใจที่ได้รับ ช่วยให้เกิดการกระจายสินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถบริหารกระบวนการการผลิต และการดำเนินงานด้านอื่นๆ ให้มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจได้ (สืบค้นออนไลน์จาก <http://www.stou.ac.th> เมื่อ 22 พฤษภาคม 2555)

5.แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการนำสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อไปถึงมือของผู้ซื้อ หรือใช้เพื่อการกระตุ้นการซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 อย่าง ที่เรียกว่า 4 P's (Kotler, 2006) ได้แก่

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือความคิด ที่นำไปสนองความต้องการของผู้ซื้อ

5.2 ราคา (Price) เป็นวิธีการ และรูปแบบการกำหนดราคา ที่สนองตอบ หรือสอดคล้องกับเงินงบประมาณของผู้ซื้อ

5.3 สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เป็นวิธีการให้สินค้าไปถึงมือผู้บริโภคได้แก่ ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย supply chain วิธีการขนส่ง ความหนาแน่นของช่องทางระดับการให้บริการ เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับความสะดวกในการซื้อ

5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นวิธีการสื่อสาร และกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

และ Robert Lauterborn ได้ให้แนวคิดที่ว่า ส่วนประสมการตลาด หรือ 4 P's ของผู้ขายนั้น เป็นส่วนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เรียกสั้นๆว่า 4C's ซึ่งได้แก่

1. คำตอบของผู้ซื้อ (Customer solution) ผู้ซื้อต้องการสินค้าที่สนองความต้องการของตนเองผู้ขายจึงตอบสนองโดยทำการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ

2. งบประมาณของผู้ซื้อ (Customer cost) ผู้ซื้อแต่ละราย หรือแต่ละกลุ่มสังคม มีงบประมาณที่จำกัดแตกต่างกันไป ผู้ขายจึงตอบสนองโดยการตั้งราคา ให้เหมาะสมกับงบประมาณของกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย

3. ความสะดวก (Convenience) ผู้ซื้อต้องการความสะดวกสบายในการหาซื้อสินค้าผู้ขายจึงต้องตอบสนองโดยการหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม

4. การสื่อสาร (Communication) ผู้ซื้อแต่ละรายได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน หรือมีความสนใจในแต่ละสินค้าแตกต่างกัน ผู้ขายจึงต้องมีการทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และเกิดการซื้อขึ้นเอง อ้างใน อภิชาติ ตะลุมเพทย์ (2552)

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ได้กล่าวถึง แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด ว่า แนวคิดหลักทางด้านการตลาดที่นำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการตอบสนองต่อผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมโดยเริ่มต้นด้วยสิ่งที่จะนำเสนอต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาอย่างเหมาะสม วิธีการนำสินค้าส่งถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และหาวิธีการสื่อสารเพื่อที่จะแจ้งข่าวสารและ

กระตุ้นให้เกิดการซื้อขายด้วยการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือการตลาดที่สำคัญที่สุด โดยรวมเรียกว่า “ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps (Kotler, 2002) และได้มีการพัฒนาปัจจัยเพิ่มขึ้นอีก 2 ปัจจัยรวมเป็นส่วนประสมทางการตลาด 6 ปัจจัย หรือ 6Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ในการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึง ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นหลัก เพื่อสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด การเข้าใจถึงความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้นจะสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ได้
2. ราคา (Price) การวางแผนด้านราคา นอกจากจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตแล้วจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงต้นทุนของลูกค้าด้วย โดยต้องพยายามลดต้นทุนและภาระที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคต้องรับผิดชอบ
3. การจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ หรือการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเกิดความสะดวกที่สุด
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้จักและตระหนักถึงความสำคัญในตัวของผู้ผลิต เกิดความต้องการใช้ ตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยการส่งเสริมการตลาดอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง เป็นต้น
5. กระบวนการ (Process) กระบวนการผลิตและบริการที่ดีควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกัน เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานหรือผลผลิตดีและมีประสิทธิภาพ
6. บุคลากร (People) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับบุคลากรตั้งแต่ การสรรหา รับเข้าทำงาน การฝึกอบรม โดยเฉพาะบุคลากรที่มีหน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งนอกเหนือจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แล้วบุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคมีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ได้

6. การมีส่วนร่วม (Participation)

การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด

6.1 ผลดีต่อการบริหารจัดการเครือข่าย

- 1) ทำให้การบริหารหรือการพิจารณาแนวทางในการแก้ปัญหาที่มีความหลากหลายเป็นไปได้ง่ายขึ้น รอบคอบ เพราะเป็นการระดมแนวคิด จากบุคคลที่มีความหลากหลาย ทั้งความรู้และประสบการณ์
- 2) ทำให้มีการถ่วงดุลอำนาจซึ่งกันและกัน โดยมีให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีอำนาจมากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่การใช้อำนาจในทางที่ไม่ถูกต้องอันเกิดผลเสียแก่เครือข่ายได้
- 3) เป็นการขจัดปัญหา มิให้การดำเนินนโยบายใด ๆ มีผลต่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป ซึ่งจะก่อให้เกิดความยุติธรรมในการดำเนินการต่อทุกฝ่ายได้
- 4) ก่อให้เกิดการประสานงานที่ดี ทำให้การบริหารเครือข่ายเป็นไปอย่างราบรื่นและมี

ประสิทธิภาพ ขอความร่วมมือง่าย

5) การรวมตัวกันของบุคคลเป็นเครือข่ายจะก่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และตรงเป้าหมาย โดยทุกคนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

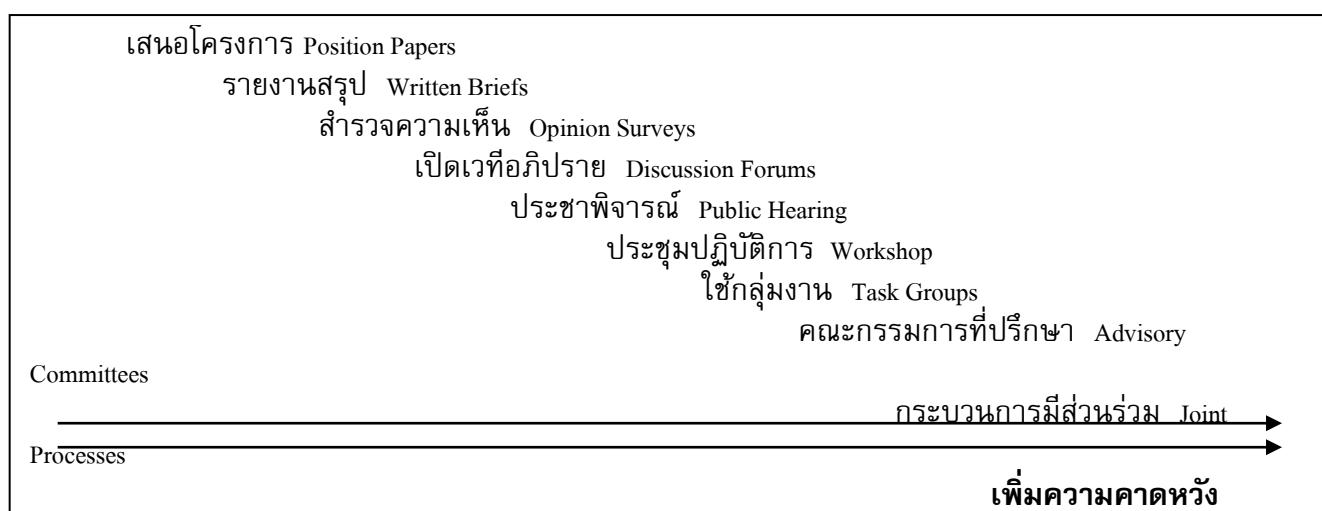
6.2 หลักการมีส่วนร่วม

หลักของการมีส่วนร่วม ในความหมายของการบริหารจัดการจะมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับ “การตัดสินใจ” นั่นคือ การมีส่วนร่วม จะนำไปสู่การตัดสินใจอย่างมีคุณค่าและอย่างชอบธรรม และต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (meaningful participations) ไม่วางระบบไว้ให้ดูเหมือนว่าได้จัดกระบวนการให้มีส่วนร่วมแล้วเท่านั้น

ถ้าการตัดสินใจที่เกิดจากการมีส่วนร่วมมีความสมเหตุสมผลและชอบธรรมก็ต้องนำไปปฏิบัติ แต่ถ้าผู้มีอำนาจเห็นว่าการตัดสินใจนั้นไม่เหมาะสม ขัดกับการตัดสินใจของการมีส่วนร่วม ก็จะต้องอธิบายได้โดยมีมาตรฐานแห่งความชอบธรรมที่จะเลือกตัดสินใจเช่นนั้น โดยที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับได้

หากจะดูแผนภูมิของการมีส่วนร่วม (ดูแผนภูมิการมีส่วนร่วม : Participation continuum) จะเห็นว่ามีตั้งแต่น้อยที่สุดของการมีส่วนร่วม คือ “แจ้งเพื่อทราบ” นั่นคือ ได้ตัดสินใจไปแล้วจึงมาแจ้งให้ทราบ ถ้าเป็นเรื่องเล็กน้อยอาจไม่สร้างปัญหา

กระบวนการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง



ถ้าเห็นว่าการตัดสินใจนั้นอาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็ควรจะต้องมี “การปรึกษาหารือ” ก็ถือว่ามีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมาอีกเล็กน้อย คือได้รับฟังความคิดเห็นก่อนตัดสินใจ วิธีการที่มักจะหยิบขึ้นมาทำกันบ่อยๆในระดับนี้คือ “การทำประชาพิจารณ์” หรือ “การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน” ต้องเน้นย้ำว่ากระบวนการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องทำตั้งแต่เริ่มคิดและตระหนักถึงปัญหา (ไม่ใช่ทำเมื่อได้ตัดสินใจไปแล้วและได้รับการประท้วง) เช่น ตระหนักว่ามีปัญหาเรื่องจำนวนขยะที่เพิ่มขึ้น มีความจำเป็นที่จะต้องหาที่ทิ้งขยะ จึงจัดการให้คนมามีส่วนร่วมเพื่อคิดหาวิธีแก้ปัญหาาร่วมกัน กระบวนการมีตั้งแต่ จัดเวทีคุยกันในกลุ่มเล็ก เคาะประตูบ้าน ใช้แบบสอบถาม แล้วประมวลข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อผู้มีอำนาจเพื่อตัดสินใจ การตัดสินใจก็ต้องฟังประเด็นต่างๆ พิจารณาทุกประเด็น และตอบคำถามให้ได้ทุกประเด็น การตัดสินใจต้องมีคุณธรรมและเป็นที่ยอมรับได้ หากไม่ทำกระบวนการมีส่วนร่วมเหล่านี้ แต่มาทำเพียงวิธีการรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นทางการครั้งเดียวหรือสองครั้ง ก็จะเป็นปัญหา เพราะกลายเป็นเวทีที่แต่ละฝ่าย คือ ฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายค้านมาแสดงจุดยืน

ตอกย้ำความเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย มายืนยันว่าฉันถูก เธอผิด เวทีนี้จึงมักจะไม่ใช่เวทีแห่งการมาพูดคุยกัน

หากมีข้อขัดแย้งกันมาก การปรึกษาหารือหรือการรับฟังความคิดเห็นเฉยๆจะไม่เหมาะสม จำเป็นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมที่ระดับสูงกว่า คือการร่วมเจรจาหาข้อยุติ (negotiation) หรือ เจรจา โดยมีคนกลางกำกับกระบวนการ (mediation) คนกลางที่มากำกับกระบวนการจะต้องไม่ใช่ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ ผู้ที่จะทำหน้าที่ตัดสินใจคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายหรือคู่เจรจา หาทางออกที่ดีที่สุดโดยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันจนทุกฝ่ายพอใจ

ส่วนกระบวนการมีส่วนร่วมระดับสูงสุดคือการลงประชามตินั้น แม้จะดูดีที่แต่ละคนสามารถลงมติแต่ละคนที่ลงคะแนนได้ แต่การลงมติดังได้เพียง “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” หรือ “เอา” หรือ “ไม่เอา” อาจจะยิ่งก่อให้เกิดความขัดแย้ง ความแตกแยกขึ้นอีก ถ้าสังคมยังไม่เข้าใจกระบวนการประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

“กระบวนการมีส่วนร่วม” เป็นกระบวนการที่จะกระจายอำนาจจากผู้มีอำนาจที่แต่เดิมมักจะใช้อำนาจเหนือ (power over หรือ power against) ตามทฤษฎีผู้มีอำนาจจะชอบที่จะใช้อำนาจเหนือ เช่น แม่ซึ่งมีอำนาจมากกว่าลูก ก็มักจะใช้อำนาจเหนือลูก สั่งให้ลูกกลับบ้านก่อนค่ำ มาถึงวันหนึ่งลูกซึ่งโตขึ้นมาเป็นหนุ่มเป็นสาวแล้ว ก็จะขอกลับบ้านดึก เพราะจะไปงานวันเกิดเพื่อน แม่ก็ยังใช้อำนาจเหนือให้กลับบ้านภายในหกโมงเย็น ถามว่าลูกสาวจะยังเชื่อและปฏิบัติตามไหม ตามทฤษฎีแล้ว หากผู้มีอำนาจยังใช้อิทธิพลเหนือไปเรื่อยๆ อำนาจนั้นๆ ก็จะใช้ไม่ได้ เพราะอำนาจที่มีหรือไม่มีนั้น ไม่ใช่เรา “มี” หรือ “ไม่มี” “อำนาจ” อย่างเดียว แต่อยู่ที่คนอื่น ๆ ที่อยู่รอบข้างหรือที่เราใช้อำนาจเหนือเขา นั้น เขามองว่าเราเหมาะสมที่จะมีอำนาจเหนือหรือไม่ ซึ่งบางครั้งสำคัญกว่าด้วยซ้ำไป ฉะนั้นแทนที่แม่จะใช้อำนาจเหนือ หันมาใช้อำนาจร่วมกับ (power with) ลงมาพูดคุยกับลูก หาทางออกที่ดีกว่าแทนการสั่งอย่างเดียว ลูกก็จะยินดีปฏิบัติและเชื่อฟังแม่ต่อไป

การทำงานแบบมีส่วนร่วมนั้นไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ระดับโรงเรียน ระดับชุมชน ระดับองค์กร หรือระดับประเทศนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการทัศน์ปัจจุบัน เพราะจะช่วยให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของ (ownership) และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นยินยอมปฏิบัติตาม (compliance) และรวมถึงตกลงยอมรับ (commitment) ได้อย่างสมัครใจ เต็มใจ และสบายใจ ได้มีการดำเนินการแก้ปัญหาความไม่เรียบร้อยในห้องเรียนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม หลังจากพยายามด้วยวิธีการใช้ไม้เรียว ใช้กฎกติกาที่ครูอาจารย์ออกกฎ หรือวางระเบียบให้นักเรียนปฏิบัติ แต่การยอมรับก็ยังไม่ได้ผลดีนัก ครูประจำชั้นได้ชวนนักเรียนในห้องให้ร่วมกัน “ตระหนักรู้” ถึงปัญหาในห้องเรียน เช่น ความสกปรก การแต่งกายนักเรียน การไม่มีระเบียบในห้องเรียน ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมที่จะวางกติกากันเอง จนในที่สุดได้ระเบียบปฏิบัติประจำห้องที่ครูรับ เอามาจัดพิมพ์ติดไว้ในห้อง ปรากฏว่าได้รับการยอมรับและการปฏิบัติตามอย่างดีกว่ากฎกติกาที่ครูกำหนดกติกานั้น ตัวอย่างเช่นนี้ เป็นตัวอย่างที่สามารถจะนำไปใช้ในองค์กรหรือรัฐวิสาหกิจที่จะสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่จะเป็นเครื่องมือของการมีส่วนร่วมอย่างมีคุณภาพต่อไป (วันชัย วัฒนศัพท์ ,2546)

7. การพึ่งตนเอง (Self-reliance)

แนวคิดเกี่ยวกับการพึ่งตนเอง มีดังนี้

การพึ่งตนเอง หมายถึง ความสามารถในการดำรงตนอยู่ได้อย่างอิสระ มั่นคง สมบูรณ์ ซึ่งการพึ่งตนเองได้นั้น มีทั้งในระดับบุคคล และชุมชน การพึ่งตนเอง ต้องสามารถผันเปลี่ยนไปตามเวลาได้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้องและสมดุล (สืบค้นออนไลน์จาก <http://www.rdpb.go.th> เมื่อ 22 พฤษภาคม 2555)

การพึ่งตนเอง หมายถึง การเคารพตนเอง เชื่อมั่นในความสามารถที่จะกระทำการใด ๆ ให้สำเร็จได้ด้วยตนเอง และไม่ทำตัวให้เป็นปัญหา หรือเป็นภาระแก่ผู้อื่นหรือหมู่คณะ

องค์ประกอบของการพึ่งตนเอง ได้แก่

1. การแสวงหาความรู้ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่ช่วยให้ได้ประสบการณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต
2. การแก้ปัญหา หมายถึง ความพยายามผ่อนคลายนสถานการณ์ตึงเครียดที่เกิดขึ้นกับตนเอง ให้สงบลงโดยสันติวิธี
3. การรู้จักปกครองตนเอง หมายถึง การควบคุมการกระทำต่าง ๆ ของตนเอง
4. การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม หมายถึง การกระทำ หรือการเปลี่ยนแปลงของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดสภาพสมดุล

การพึ่งพาตนเองของชุมชน หมายถึง ความสามารถของคนที่ช่วยเหลือตนเองให้ได้มากที่สุด โดยไม่เป็นภาระของคนอื่นมากเกินไป มีความสมดุล ความพอดีในชีวิตเป็นสภาวะที่กายสอดคล้องกับสภาวะทางจิตที่เป็นอิสระ มีความพอใจในชีวิตที่เป็นอยู่ มีสิ่งจำเป็นปัจจัยสี่พอเพียง เป็นความพร้อมของชีวิตทั้งร่างกาย และจิตใจ

การพึ่งตนเอง จึงต้องมีการจัดการชีวิตให้มีความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ อย่างเหมาะสม คำว่าการพึ่งพาตนเอง จะไม่ได้หมายความว่าปัจเจกบุคคลหรือครอบครัวที่พึ่งพาตนเองเท่านั้น ชุมชนก็ต้องพึ่งพาตนเองได้ คือ มีระบบการจัดการให้เกิดความสัมพันธ์ของทุนต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งทุนทางสังคม ทุนทรัพยากร ทุนที่เป็นตัวเงิน เพื่อเอื้อให้เกิดการทำการกิจกรรมที่เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืนยาวนานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งการพึ่งพาตนเองของครัวเรือน ของชุมชนจึงมีความสัมพันธ์กัน ถ้าจากส่วนเล็กๆ คือ ระดับปัจเจก ระดับครัวเรือน มีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ไม่เป็นคนพึ่งพา พึ่งพาผู้อื่น บริโภคนิยม มีเหตุมีผล ถ้าจะไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่กำลังคนในครอบครัวทำกันเองได้ มิถุนิคุ้มกันความคิดของคนที่จะไม่หลงไหลไปตามกระแสวัตถุนิยม ใช้ชีวิตเดินทางสายกลาง คือ ไม่หย่อนเกินไป ไม่ตึงเกินไป เมื่อคนส่วนมากที่วิธีคิด วิธีปฏิบัติ พึ่งพาตนเองรวมกันทำให้ชุมชนเป็นชุมชนพึ่งพาตนเองมีกระบวนการพัฒนาที่นำความรู้ไปใช้ในการจัดการปัญหาของชุมชน ใช้ความรู้ภายในชุมชนผสมผสานความรู้ภายนอกชุมชน สังคมจะรอดจากวิธีคิดวิธีปฏิบัติที่เอาเปรียบผู้อื่น การคอร์รัปชั่น การรอความช่วยเหลือจากภายนอกมาสู่กระบวนการมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ภายใต้อำนาจ ความรู้ ที่จะช่วยเสริมหนุน ทั้งภายในและภายนอกชุมชน

การสร้างการเรียนรู้ชุมชนพึ่งพาตนเอง

ภาพโดยรวมของสังคมไทยทั่วไป ณ ขณะนี้พบว่า ชุมชนยังไม่เข้มแข็งที่จะพึ่งพาตนเองได้ ยังมีการใช้ชีวิตเคยชินกับการบริโภคนิยม วัตถุนิยม มากกว่าการใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพราะกระแสการพัฒนาที่ตั้งความหวังพึ่งนี้รวย เงินเป็นปัจจัยแก้ปัญหาความยากจน ชุมชนจึงมีความเคยชินกับการเสนอปัญหาและขอรับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาสำรวจปัญหา มาจดทะเบียนคนจนทั้ง ๆ ที่ในชุมชนเองนั้นมีทุนต่าง ๆ อย่างมากมาย เช่น ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัฒนธรรมประเพณีชุมชน หรือแม้แต่ทุนของหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาให้การสนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือ ทั้งงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์การฝึกอบรมพัฒนา ให้กับแกนนำกลุ่มต่าง ๆ อยู่บ่อย ๆ แต่ที่ผ่านมานั้นการพัฒนาเป็นการพัฒนาแบบแยกส่วนต่างคนต่างทำภารกิจของหน่วยงาน เป็นเหตุให้ชุมชนไม่ได้นำทุนต่าง ๆ มาทำให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน เพราะไม่มีกระบวนการจัดการความรู้ให้กับชุมชน ได้มีกระบวนการพัฒนาอย่างองค์รวมอย่างบูรณาการ การศึกษาที่วันนี้คนส่วนมากยังมีความคิดว่าการศึกษาคือการไปเรียนที่โรงเรียน ที่สถาบันการศึกษา คนในชุมชนจึงไม่ได้รับการจัดการให้เกิดการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต คนในชุมชนที่ส่งลูกไปเรียนต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจากในจังหวัด เมื่อ

จบแล้วจึงมักไม่ได้กลับมาทำงาน เพื่อทำอาชีพที่เป็นการพึ่งพาตนเอง เป็นอาชีพที่มีอิสระ เป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จัดการทุนที่มีอยู่ให้มีมูลค่าและคุณค่าต่อวิถีชีวิต แต่เมื่อเรียนจบกลับมุ่งไปหางานทำ คำว่ามีงานทำมักวัดกันที่ทำงานตามบริษัทห้างร้านหรือหน่วยงานที่มีรายได้เป็นเงินเดือน หากคนใดจบแล้วกลับมาทำงานช่วยพ่อแม่ ทำงานที่บ้านในชุมชน อาจจะมีคนตั้งคำถามว่า **ทำไม จึงไม่ไปหางานทำ** ทั้ง ๆ ที่กำลังทำงานอยู่แท้ ๆ ซึ่งก็สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่ยังอ่อนล้าอยู่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะชุมชนขาดกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูลของชุมชนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่จะสร้างงาน สร้างอาชีพที่หลากหลายในชุมชนตนเองได้

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคสังคมความรู้ชุมชนจะเข้มแข็งก็ต้องมีคนในชุมชนที่เป็นนักเรียนรูที่จะจัดการทุนของตนเอง จัดการทุนของชุมชน ให้ชุมชนใช้สร้างงาน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ สร้างเศรษฐกิจฐานล่าง สร้างสังคม สร้างความเข้มแข็งของชุมชน ชุมชนจึงต้องเข้าสู่การสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพึ่งพาตนเองของชุมชน การสร้างกระบวนการเรียนรู้จึงต้องมีผู้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น (สืบค้นออนไลน์จาก <http://life.cpru.ac.th> เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2555)

และสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2544) ได้กล่าวถึง **วิธีการสร้างขีดความสามารถพึ่งตนเองได้** ว่าประกอบด้วยกิจกรรม 5 ประการ คือ

1. การรวมกลุ่มพึ่งตนเอง การจะพึ่งตนเองได้ชุมชนต้องมีการฝึกกำลังหรือการรวมกลุ่มเป็นเบื้องต้นกลุ่มต่างๆที่ชุมชนดังกล่าวตั้งขึ้นมี เช่น ผู้นำ กลุ่มผู้นำ ชาวบ้าน ที่ปรึกษาหมู่บ้าน เป็นต้น แล้วสร้างแนวทางการดำเนินการของกลุ่มขึ้น สำหรับกลุ่มผู้นำอาจจัดตามตัวแบบ **TERMS** เป็น 5 ประเภท คือ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ จิตใจ และสังคม และผู้นำกลุ่มก็ยังมีความจำเป็นต้องมี เพื่อนำหรือประสานผู้นำต่างๆ

2. การสร้างฐานข้อมูลหมู่บ้าน ข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินการใดๆ อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้น การสร้างขีดความสามารถพึ่งตนเองของชุมชน ก็จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น ประวัติหมู่บ้าน ทำเลที่ตั้ง สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ข้อมูลทรัพยากร เช่น ดิน แหล่งน้ำ ป่าไม้ ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น ข้อมูลเศรษฐกิจ เช่น การผลิตและรายได้ ผลผลิตและราคา ฐานะความเป็นอยู่ สภาพหนี้สิน เป็นต้น ข้อมูลด้านสังคม เช่น ประชากรของหมู่บ้าน ครอบครัวและเครือญาติ ประเพณี การทำงาน การศึกษาและศาสนา การอนามัย และสาธารณสุข เป็นต้น ประการสุดท้าย อาจเป็นข้อมูลการบริหารและการเมือง เช่น ผู้นำหมู่บ้าน องค์การบริหารหมู่บ้าน กลุ่มและคณะกรรมการกลุ่ม เป็นต้น

3. การวิเคราะห์หมู่บ้าน การวิเคราะห์หมู่บ้าน คือ การรู้จักและเข้าใจหมู่บ้าน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นก่อนที่ทำการพัฒนาต่อไป คนในหมู่บ้านควรร่วมกันวิเคราะห์หมู่บ้าน เพราะนี่คือขั้นตอนแรกๆของการสร้างขีดความสามารถพึ่งตนเอง ด้านต่างๆ ที่ควรนำมาวิเคราะห์ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีหมู่บ้าน เศรษฐกิจหมู่บ้าน ทรัพยากรธรรมชาติหมู่บ้าน จิตใจคนในหมู่บ้าน และการสังคมและวัฒนธรรม ของหมู่บ้าน เมื่อวิเคราะห์ด้านต่างๆของหมู่บ้านเสร็จแล้วก็จะทำให้รู้จุดอ่อน จุดแข็งของหมู่บ้าน สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาได้ถูกจุด

4. การวางแผนหมู่บ้าน เมื่อรู้จุดอ่อน จุดแข็งของหมู่บ้านแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การวางแผนการพึ่งตนเองของหมู่บ้าน การวางแผนการทำงาน มีประโยชน์หลายอย่าง แต่ที่สำคัญ คือ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ การวางแผนมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ การมีวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ประการที่ 2 คือ กลยุทธ์และแนวทางบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

วัตถุประสงค์สำคัญของหมู่บ้านมี 2 ประการ คือ 1) เพื่อหมู่บ้านตนเอง อันได้แก่ การมีสันติสุข และพึ่งตนเองได้ 2) เพื่อส่วนรวม อันได้แก่ ประโยชน์ส่วนรวมและการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เป้าหมายหลัก

ของหมู่บ้าน คือ ความสมดุลของหมู่บ้าน และมีเป้าหมายรอง 5 ประการ คือ 1) ความมีภูมิปัญญาของหมู่บ้าน 2) ความพอดีของหมู่บ้าน 3) ความเป็นธรรมชาติของหมู่บ้าน 4) ความมีคุณธรรมของหมู่บ้าน 5) ความมีเอกลักษณ์และศักดิ์ศรีของหมู่บ้าน

สำหรับกลยุทธ์บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์หลัก คือ การมุ่งเป้าหมายไปสู่ความสมดุลของหมู่บ้าน โดยมีการพึ่งตนเองเป็นวงในและการพัฒนาเป็นวงนอก ทั้งวงในและวงนอกจะมีองค์ประกอบ TERMS ทั้ง 2 วง แล้วสร้างความเข้มแข็งของการพึ่งตนเองอันเป็นวงในแล้วค่อยๆ พัฒนาอันเป็นวงนอก

5. การมีเครือข่าย โลกยิ่งเจริญขึ้น ยิ่งเปิดกว้างมากขึ้น คนและชุมชนย่อมจะอยู่คนเดียว ชุมชนเดียวไม่ได้ ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้น ชุมชนจะพึ่งตนเองได้ หรือดำรงอยู่ได้ ชุมชนต้องมีเครือข่าย หรือต้องมีพวกไว้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเป็นเครือข่ายกันมีได้หลายแบบ ได้แก่ บุคคลกับบุคคล หมู่บ้าน ชนบทด้วยกัน หมู่บ้านกับองค์การภาครัฐ หมู่บ้านกับองค์กรพัฒนาเอกชน และหมู่บ้านกับองค์กรธุรกิจ โดยที่เครือข่ายเหล่านี้บางองค์กรช่วยชุมชนให้พึ่งตนเองได้ บางองค์กรช่วยชุมชนพัฒนารุดไปข้างหน้า

8. ภูมิปัญญาชาวบ้าน (Wisdom)

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา มีดังนี้

ภูมิปัญญาไทย (Thai Wisdom) หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถและทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประมวล แต่ง พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาไทยนี้มีลักษณะเป็นองค์รวม มีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทย ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่งอกงามขึ้นใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการและการปรับตัวในการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทย ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญามีความเด่นชัดในหลายด้าน เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษาและวรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และด้านโภชนาการ

ครูภูมิปัญญา หมายถึง บุคคลผู้ทรงภูมิปัญญาด้านใดด้านหนึ่ง เป็นผู้สร้างสรรค์และสืบสานภูมิปัญญาดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ยอมรับของสังคมและชุมชน และได้มีการยกย่องให้เป็น "ครูภูมิปัญญาไทย" เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดภูมิปัญญาในการจัดการศึกษาทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ตามนัยพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (สืบค้นออนไลน์จาก <http://www.thaiwisdom.org> เมื่อ 22 พฤษภาคม 2555)

ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านในวิถีที่เดิมนั้น ชีวิตของชาวบ้านไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วนๆ หากแต่ทุกอย่างมีความสัมพันธ์กัน การทำมาหากิน การอยู่ร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติศาสนา พิธีกรรมและประเพณี ความรู้เป็นคุณธรรม เมื่อผู้คนใช้ความรู้นั้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นความสัมพันธ์ที่มีความสมดุล ที่เคารพกันและกัน ไม่ทำร้ายทำลายกัน ทำให้ทุกฝ่ายทุกส่วนอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ ชุมชนดั้งเดิมจึงมีกฎเกณฑ์ของการอยู่ร่วมกัน มีคนเฒ่าคนแก่เป็นผู้นำ คอยให้คำแนะนำตักเตือน ตัดสิน และลงโทษหากมีการละเมิด ชาวบ้านเคารพธรรมชาติรอบตัว ดิน น้ำ ป่า เขา ข้าว แดด ลม ฝน โลก และจักรวาล ชาวบ้านเคารพผู้หลักผู้ใหญ่ พ่อแม่

ป่วยตายาย ทั้งที่มีชีวิตอยู่และล่วงลับไปแล้ว (สืบค้นออนไลน์จาก<http://kanchanapisek.or.th> เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2555)

ดังนั้นสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาได้ดังนี้ ภูมิปัญญา คือ องค์ความรู้ความสามารถ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านในวิถีชีวิตนั้น ภูมิปัญญานี้มีลักษณะเป็นองค์รวม มีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทย ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่องกวมขึ้นใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการและการปรับตัวในการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทย ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญามีความเด่นชัดในหลายด้าน เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษาและวรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และด้านโภชนาการ

9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่น ศรีสวัสดิ์ (2550) ได้ศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวย ในเขตอีสานใต้และลาวใต้ พบว่า ชาวกวยในเขตอีสานใต้ยังมีอยู่เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และบางส่วนของจังหวัดมหาสารคามรวมทั้งหมดประมาณ 474,486 คน โดยมีอยู่หนาแน่นในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดสุรินทร์ ส่วนในลาวใต้มีอยู่ประมาณ 45 ,498 คน ส่วนใหญ่จะมีอยู่ในแขวงสาละวันและจำปาสัก ลักษณะเด่นของชุมชนดังกล่าว คือ แนวคิด ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ เช่นการเลี้ยงช้าง และการทอผ้า โดยชาวกวยทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันทางประวัติศาสตร์ทางชาติพันธุ์และทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาในตระกูลมอญ-เขมร มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาร่วมกัน โดยมีการอพยพมาจากภาคเหนือของประเทศไทย แลบทือกเขาหิมาลัยด้วยกันเมื่อประมาณ 3 ,500 ปีก่อน การวิจัย พบว่าแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวย ทำได้โดยการสำรวจสภาพชุมชนที่มีลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม และขึ้นบัญชีไว้อย่างเป็นระบบในรูปแบบของฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์แล้วเผยแพร่ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการประชุมสัมมนา ในรูปของเอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้รับรู้และเข้าใจในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพึ่งพาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน สามารถทำได้โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ต้องมีวีซ่า (VISA) ระหว่างกัน การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั้งของประเทศตนเองและประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกัน และการใช้บัตรการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว และคณะ (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน ของชุมชนบ้านเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แบบชุมชนมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ (1) เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการขายในธุรกิจ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน (2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ การพัฒนาการแสดงและการละเล่นพื้นบ้าน พัฒนาข้าวใหม่มัด พัฒนาชุดอาหารท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง พัฒนา

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พัฒนาศักยภาพการผลิตสมุนไพรเชิงการค้า และ (3) เพื่อพัฒนาการขายในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่าชุมชนได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มอาชีพวัฒนธรรมมั่งเข็กน้อย

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มอาชีพวัฒนธรรมมั่งเข็กน้อยมีปัจจัยที่ส่งผลความสำเร็จสูง ชุมชน จึงร่วมกันทำแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาองค์กร พัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการขาย โดยการไปศึกษาดูงาน ฝึกอบรม และประชุมเชิงปฏิบัติการ เมื่อดำเนินการตามแผนเสร็จแล้ว ชุมชนสามารถพัฒนา องค์กรให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ มีทิศทางการพัฒนาองค์กรที่ชัดเจน เช่น มีปรัชญา วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ปรับโครงสร้างองค์กรและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ เมื่อดำเนินการตามรูปแบบองค์กรใหม่ จึงทำการประเมินพบว่าผู้บริหารมีภาวะผู้นำอยู่ในระดับมากที่สุด และสิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุดคือสินค้าที่ผลิตในชุมชนมีราคาสูง ทำให้ผู้ขายต้องไปซื้อสินค้าจากที่อื่นมาจำหน่าย จึงพิจารณาว่าทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจ พัฒนาองค์กรธุรกิจของตนเองได้ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวได้ และสามารถพัฒนาการขายได้ ดังต่อไปนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เช่น การพัฒนาการแสดงและการละเล่นพื้นบ้าน การพัฒนาข้าวใหม่มัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้า การพัฒนาของที่ระลึก และการพัฒนาสมุนไพร

ศุภรัตน์ พิณสุวรรณและคณะ (2554) ได้ศึกษา แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลปุย อำเภอมือง จังหวัดสตูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมแหล่งภูมิทัศน์วัฒนธรรม แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลปุย อำเภอมือง จังหวัดสตูล ข้อมูลแหล่งภูมิทัศน์วัฒนธรรมเก็บรวบรวมโดยนักเรียนและครู ของโรงเรียนบ้านเกาะยาวและโรงเรียนบ้านตันหยงกาโบยชัยพัฒนา และจากการระดมความคิดเห็นของชาวบ้าน คัดเลือกภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่หยุดนิ่งมี 4 แหล่ง ได้แก่ ซากเตาเผาถ่าน ซากเรือ สำเภา อาคารด่านศุลกากร บ่อน้ำ 300 ปี และภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ยังเคลื่อนไหว มี 5 แหล่ง คือ การทำประมงชายฝั่ง เรือประมง เรือไทยมุสลิม ประภาคาร และรถซาเล้ง และการวิจัยได้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว ทดลองปฏิบัติจริงกับกลุ่มอาสาสมัครนักท่องเที่ยว ผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยว มีความพอใจระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 องค์การบริหารส่วนตำบลปุยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และให้มีการจัดการที่ดีเพื่อรักษาคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น

สุรรัตน์ แซ่เหี่ยว และคณะ (2554) ได้ศึกษารูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านตักบาตร พบว่าแนวคิดใหม่ภายใต้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มุ่งเน้นการสร้างคามยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว มิได้มองเพียงแต่ผลตอบแทนทางการเงินในมุมมองของผู้ประกอบการเท่านั้นแต่ยังคงให้ความสำคัญกับผลตอบแทนด้านคุณค่าสู่สังคม เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองช่วยเหลือตนเองได้ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอีกด้วย ในการศึกษาของคณะวิจัยได้มุ่งเน้นการสร้างรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม และการนำไปประยุกต์ใช้จริงกับชุมชนบ้านบาตร โดยเลือกรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนบ้านบาตรมากที่สุดทั้งนี้ แผนธุรกิจที่นำไปประยุกต์ใช้ดำเนินการภายใต้การจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ คือ บริษัทสร้างสรรค์สังคมไทย โดยมีโครงการวิจิตรบาตรวิถีไทย ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการบริหารงานของบริษัทร่วมกับชุมชนบ้านบาตร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการประยุกต์รูปแบบธุรกิจมาใช้ในการบริหารทางธุรกิจได้มากที่สุดกรอบแนวคิดของการสร้างรูปแบบธุรกิจ ด้วยปัจจัยระดับความร่วมมือ ร่วมใจ (Degree of involvement) ระหว่างผู้ประกอบการและชุมชน ในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมส่งผลให้การบริหารงานทั้ง

ทางด้านกาดำเนินงาน การตลาด และการเงินมีความแตกต่างกันด้วย อีกทั้งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเองก็มี ความแตกต่างกันตามสัดส่วนด้วยเช่นกัน การเลือกรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม จำเป็นต้องวิเคราะห์ศักยภาพ และความพร้อมของชุมชนให้แน่ชัดมาเพื่อนำมาพิจารณาการเลือกรูปแบบการนำไปใช้ให้เหมาะสมด้วย จึง จะทำให้เกิดโอกาสความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืนต่อไป