

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดและทฤษฎี

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

องค์การอนามัยโลก (WHO)(1978 : 11) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กลุ่มของประชาชน ก่อให้เกิดการรวมตัวที่สามารถจะกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร และมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2526 : 253) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในความคิดริเริ่ม การพิจารณา ตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆอันมีผลกระทบต่อตัวประชาชน

เสนห์ จามริก (2527 : 22) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าไม่ได้หมายความว่าดั่งประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมตามที่นักวิชาการหรือองค์กรพัฒนาตั้งขึ้น แท้จริงแล้วต้องให้ชุมชนมีกิจกรรม และวิธีดำเนินการของเขาเองในชุมชน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 28) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไว้ว่า การสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดความรัก ความหวงแหน การสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ทำนอง ภูเกิดพิมพ์ (2551) ได้ให้ความหมายของ การมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพความคิด ความเชื่อ และความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคล แต่ละหน่วยงาน แต่ละองค์กร อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยอีกด้วย การมีส่วนร่วมเป็นหัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (Teamwork) ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนา เพราะการมีส่วนร่วมทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนร่วมเข้าใจสถานการณ์ และอุทิศตนมากยิ่งขึ้น เพื่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

อำนาจ อนันตชัย (2527 : 31-34) ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มากล่าวไว้ในเรื่องของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยสรุปว่า หากมนุษย์ได้รับการเกลี้ยกล่อมหรือชักจูง ในเรื่องที่ตรงกับความต้องการพื้นฐานที่เกิดความพึงพอใจแล้วก็ย่อมจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ในที่สุด

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527 : 2) ได้นิยามว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงนั้น คือ การที่ประชาชนมีโอกาสอย่างอิสระปราศจากการแทรกแซง ครอบงำ บังคับให้ได้พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดแจง ใช้ควบคุมระดมทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์เพื่อการดำรงชีพตามความจำเป็นอย่างศักดิ์ศรี ในฐานะสมาชิกของสังคม เป็นการพัฒนาระบวนการเรียนรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจ ที่จะกำหนดวิถีชีวิตของตนอย่างเชื่อมั่นเพื่อเป้าหมายแห่งการพึงตนเองได้ในที่สุด

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527) (อ้างในปิยพร ทาวิกุล, 2544 : 13) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจตีกรอบได้แตกต่างกัน แต่เคมรัฐมักมองในแง่ของการเน้นการมีส่วนร่วมสนกร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมบำรุงรักษา มากกว่าร่วมสมทบด้านวัตถุและเงิน ซึ่งอาจมีความจำเป็นอยู่ก็ตาม โดยภาพรวมแล้วการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนานั้นจะต้องเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

1. ร่วมศึกษาปัญหา สาเหตุของปัญหาและความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดสร้างรูปแบบการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมกำหนดทิศทาง แผนงาน โครงการหรือกิจกรรม
4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีขีดจำกัดให้ได้ประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม
5. ร่วมบริหารงาน พัฒนาทั้งสติปัญญา แรงงาน และทุนตามขีดความสามารถ รวมทั้งการควบคุม ติดตาม ประเมินผล และซ่อมบำรุงรักษาผลที่เกิดจากการกระทำกิจกรรมนั้น ๆ

ลือชัย ศรีเงินขวงและผาสุก เอนกกวณิช (2526 : 12-13) การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องไม่หมายความว่าเพียงแต่การดึงประชาชนเข้ามาร่วม โครงการที่รัฐเป็นผู้กำหนด “รูปแบบเป้าหมายของงาน” และ “กำหนดให้มีการเข้าร่วมงาน” ดังที่ผ่านมา แต่จะต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และมีบทบาทอย่างเต็มที่ตั้งแต่ค้นคิดปัญหา วางแผนปฏิบัติงานดูแล กำกับตลอดจนประเมินผล ติดตามงาน การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องหมายถึง

การมอบอำนาจอธิปไตยขั้นพื้นฐานคืนสู่ประชาชน การพยายามจัดตั้งและพัฒนาองค์กรประชาชน ให้เข้มแข็งบนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ

Hollnsteiner (1982 : 39) (อ้างในคันฉัตร ตันเสถียร, 2537 : 12) ได้เสนอว่า “ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น คำว่าประชาชนไม่ได้หมายถึงทุก ๆ คนในชุมชน แต่หมายถึง คนยากจนส่วนใหญ่ซึ่งคือโอกาสและอำนาจ โดยกลุ่มคนเหล่านั้นจะต้องรวมตัวกัน ขึ้นมาในประเด็นเดียวกัน Cohen & Uphoff (1980 : 5-8) ได้เสนอว่า “จำเป็นต้องแยกแยะให้ออก ระหว่างชาวบ้าน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐและบุคคลภายนอก เมื่อพูดถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น กลุ่มคนที่ต้องให้ความสำคัญสูงสุด คือ มวลพื้นฐาน ซึ่งนั่นก็คือชาวบ้านเอง” ในเอกสารฉบับเดียวกันนั้น ได้มีการเสนอนอกจะพิจารณาว่าใครคือผู้ที่เข้าร่วมแล้ว จะต้องพิจารณาว่ากระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งเสนอให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้คือ

1. การริเริ่มเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมนั้นเกิดจากข้าราชการ หรือชาวบ้าน
2. การชักนำเข้ามามีส่วนร่วมนั้น เป็นความสนใจ หรือบีบบังคับ
3. โครงสร้างและช่องทางของการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร
4. ระยะเวลาและขอบเขตของการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร (ครั้งเดียว, เป็นครั้งคราว, ต่อเนื่อง)
5. ได้มีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนแค่ไหน (การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจหรือการดำเนินงานไปสู่ผลที่หวังไว้อย่างมีประสิทธิภาพ มากน้อยแค่ไหน)

Allen (1982: 3) (อ้างในคันฉัตร ตันเสถียร, 2537 : 14) ได้ให้ความเห็นว่า อุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่เป็นจริง คือ การต่อต้านจากข้าราชการเองเพราะกลัวสูญเสียอำนาจไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม และจากความคิดเห็นไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำงานในลักษณะต่างฝ่ายต่างทำ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าการให้การศึกษาแก่ชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม คือ การให้การศึกษาแก่ข้าราชการให้ยอมรับแนวคิดนี้

Cohen & Uphoff (1980 : 213-218) กล่าวว่าองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าควรประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วยการริเริ่มตัดสินใจดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจในปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วมโดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร การร่วมมือรวมทั้งการร่วมแรงร่วมใจ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็ผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคมหรือผลประโยชน์ทางด้านส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นการเข้าร่วมในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินการทั้งหมด

การพิจารณาการมีส่วนร่วมเป็นทั้งเป้าหมายและวิธีการนำไปสู่การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ ในการบรรลุเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวเอง โดยการแสดงออกซึ่งเสรีภาพของประชาชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหากแต่ทุกอย่างประชาชนจะต้องคิดค้นขึ้นมาเอง สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ถูกตีความหมายไปในลักษณะที่เน้นการให้ประชาชนมีโอกาสเป็นผู้กำหนดการตัดสินใจคิดค้นปัญหาและดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดการ คือ การที่ประชาชนได้เพิ่มศักยภาพในการควบคุมทรัพยากร รวมถึงตลอดถึงการใช้การจัดการทรัพยากรที่มีสังคมด้วยตนเอง

มิศรา สามารต (2543 : 29) การมีส่วนร่วมชุมชนท้องถิ่น ต้องตระหนักถึงความสำคัญ ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์โดยไม่เบียดบังทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลท้องถิ่น การเตรียมการจัดการ การวางแผน การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมในบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการ

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่พัฒนามาจากเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ถูกกำหนดให้ออกมาในรูปลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลของสิ่งต่างๆตั้งแต่เริ่มสร้างสืบต่อกันมาเช่น ความผูกพันกับความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรมเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ ทำให้มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย ซึ่งถ้าได้มีการจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกอาจสามารถกำหนดแบ่งได้ดังนี้ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531)

1. จุดประสงค์ในการสร้าง จะเป็นรูปลักษณะที่สร้างขึ้นตามประเพณีนิยม, ตามสมัยนิยมหรือสร้างขึ้นมาเฉพาะบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่เฉพาะงาน
2. วัสดุและเทคนิควิธีสร้าง จะเป็นของที่ระลึกที่สร้างหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ, วัสดุสังเคราะห์ หรือเศษวัสดุที่หาได้ทั่วไป
3. แบ่งตามรูปลักษณะที่ปรากฏ จะเป็นของที่ระลึกที่มีรูปลักษณะต่างๆ เช่น

ตัวอักษร,รูปทรงเรขาคณิต, รูปลักษณ์ตามลัทธิและความเชื่อ, รูปตามธรรมชาติ,ผลผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้ หรือรูปลักษณ์อิสระตามจินตนาการ

4. คุณค่าแห่งการนำไปใช้ จะเป็นของที่ระลึกประเภทของบริโภค, ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้, ที่เป็นประโยชน์ตกแต่ง หรือวัตถุทางศิลปะ ความหมายของผลิตภัณฑ์ (เกศศิริ มีชัยและคณะ,2548)

- ลูกค้าที่เสนอขาย
- ลูกค้าซื้อความพอใจ
- อาจจะเป็นสินค้าหรือบริการ

โอกาสในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Generation of New Product Opportunities)

- การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ (Economic change)
- การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรและสังคม
- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technological change)
- การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองและกฎหมาย

ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินการทางการตลาด มาตรฐานอาชีพ ผู้จัดส่ง และ ผู้จัดจำหน่าย

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components)

- ชื่อ (Brand)
- Product idea ได้แก่
 - คุณลักษณะ (Physical Good)
 - คุณภาพ (Quality level)
 - บริการ (Service)
 - บรรจุภัณฑ์ (Package)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life Cycle)

1. แนะนำ (Introduction)

- การวิจัยเพื่อหาข้อมูล Primary ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- กระบวนการปรับปรุงและแก้ไข
- การพัฒนาผู้จัดส่ง

2. เจริญเติบโต (Growth)

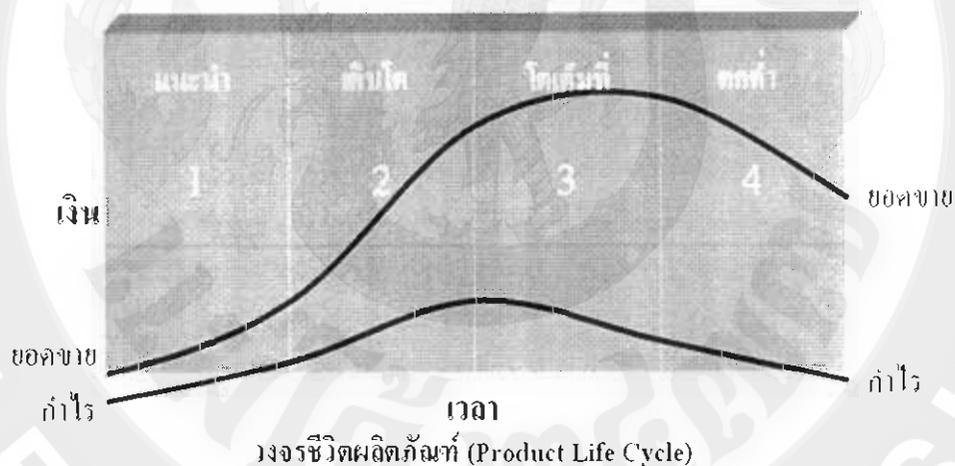
- การออกแบบผลิตภัณฑ์เริ่มคงที่
- การพยากรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพิ่มความสามารถในการผลิต

3. เจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity)

- มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น
- สินค้ามีความจำเป็นในการปรับปรุงและพัฒนา
- เป็นการควบคุมต้นทุน ลดสายผลิตภัณฑ์ของสินค้า

4. ตกต่ำ (Decline)

- ลดการผลิตลง
- วางแผนในการกำจัดสินค้า



ภาพที่ 1 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Stages)

- การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- กำหนดความสามารถของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
- ความต้องการของลูกค้า
- ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ตามหน้าที่
- ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์
- การทดสอบตลาด

- การแนะนำสินค้าออกสู่ตลาด
- การประเมินผล

การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Idea Generation Stage)

- กำหนดแนวความคิดจากฝ่ายการตลาด 60 – 80 % และฝ่ายการผลิต 20 % ส่วนที่เหลือจากฝ่ายอื่นๆ
- ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ความต้องการของลูกค้า (Customer Requirements Stage)

- มาจากแบบทดสอบ
- มาจากพนักงานขาย
- มาจากเทรน

ความหมายและ แนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

ข้อมูลเกี่ยวกับของที่ระลึก มีข้อมูลดังนี้ ของที่ระลึก ความหมายว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่คบหากันทำให้เกิดความผูกพันกัน โดยมีการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ บุคคล ตลอดจนสิ่งต่างๆที่ได้รับสัมผัสรับรู้ในลักษณะของความทรงจำ และเมื่อเวลาผ่านไป ความทรงจำในสิ่งที่ได้สัมผัสอาจเกิดความลืมเลือนไป ดังนั้นมนุษย์จึงพยายามหาวิธีการกระตุ้นความทรงจำในเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง โดยการออกแบบสร้างสรรค์สื่อหรือสิ่งใดๆ เพื่อใช้กระตุ้นจิตใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอๆ นั่นเอง(ประเสริฐ สีรัตน์นา, 2530)

ในปัจจุบัน “ของที่ระลึก” ในรูปลักษณะสินค้าที่มีอยู่มากมายในท้องตลาด ทั้งของที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะและของที่ระลึกที่มีลักษณะตามสมัยนิยม บางครั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ก็อาจก่อให้เกิดความสับสนยากแก่การชี้ชัดได้ว่า ผลผลิตชิ้นใดคือของที่ระลึกที่แท้จริงนั้นควรมีคุณสมบัติทางกายภาพและคุณสมบัติทางความรู้สึกเป็นอย่างไร (ประเสริฐ สีรัตน์นา,2551)

สาเหตุที่สินค้าของที่ระลึกของฝากมีรูปแบบที่แตกต่างกัน (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546)

1. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากวัสดุที่ใช้ทำ (material)

โดยสภาพทางภูมิศาสตร์และสภาพดินฟ้าอากาศอันแตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่นทรัพยากรและวัฒนธรรมในแต่ละที่ไม่เหมือนกัน บางแห่งเป็นป่าเขา บางแห่งเป็นที่ราบลุ่มประกอบด้วยแม่น้ำคลอง หนอง บึง ฯลฯ การที่วัสดุในแต่ละท้องถิ่น ไม่เหมือนกัน ย่อมทำให้สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้นแตกต่างกัน

เช่น ท้องถิ่นที่เป็นป่าดงลาน ก็ย่อมได้ลานมาทำผลิตภัณฑ์ใบลาน ในท้องถิ่นที่ปลูกข้าวก็นำฟางมาเป็นเชื้อเพลิงในการทำเครื่องปั้นดินเผา จากไร่จากสวน ก็ได้ใบตองมาสร้างสรรค์ศิลปะประดิษฐ์จากใบไม้ก็ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน เป็นต้น นั่นคือผลจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นซึ่งมนุษย์ผู้ทำอาศัยอยู่ต่างกัน แม้ในท้องถิ่นเดียวกันจะนำวัสดุในท้องถิ่นเดียวกันมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์แต่รูปแบบของสิ่งที่สร้างอาจจะแตกต่างกันออกไปได้ ขึ้นอยู่กับประโยชน์และหน้าที่ในการนำไปใช้เป็นสำคัญนอกจากนี้การที่มนุษย์รู้จักนำเอาวัสดุมาใช้ในแต่ละช่วงของการพัฒนาการ ก็เป็นสาเหตุทำให้รูปแบบของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแตกต่างกันออกไปอีก เช่น มนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์รู้จักนำเอาวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น หิน เปลือกหอย หนังสัตว์ กระดูก ไม้ ใบไม้ ฯลฯ มาใช้ประโยชน์ต่อการดำรงชีพ ต่อมาจึงมีการประดิษฐ์ดัดแปลง แต่ง ต่อเติม เพิ่ม ลดรูปแบบของธรรมชาติได้เหมาะสมมีประสิทธิภาพในการใช้สอย และมีความสวยงามยิ่งขึ้นครั้งเมื่อมนุษย์สามารถคิดค้นวัสดุใหม่ขึ้นนอกเหนือจากวัสดุธรรมชาติ รูปแบบของสิ่งประดิษฐ์สร้างสรรค์ก็เปลี่ยนแปลงออกไปอีก โดยถือเอาความสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุและคุณสมบัติประโยชน์ ในด้านการนำมาใช้ประโยชน์เป็นสำคัญในระยะแรก ระยะต่อมาจึงถือเอาคุณค่าทางด้านความงามมา ประกอบร่วม เมื่อต้องการทางด้านการใช้สอยลดลง

2. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากเทคนิคการทำ (Technique)

วิวัฒนาการทางด้านการผลิตอันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ทักษะและความชำนาญ ทำให้รู้จักวิธีสร้างสรรค์เทคนิควิธีในการผลิต ตลอดจนคิดค้นหาเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีประสิทธิภาพมาช่วยในการผลิต ซึ่งทั้งเทคนิคในการสร้างและเครื่องมือช่วยในการสร้างสิ่งต่างๆ นี้ ส่งผลให้รูปแบบสิ่งที่สร้างขึ้นแตกต่างกัน เพราะขีดจำกัดความสามารถในการผลิตแต่ละเทคนิคการทำนั้นต่างกัน โดยเฉพาะในปัจจุบันจากเทคโนโลยีและความก้าวหน้าในเรื่องเครื่องจักรกล ยังเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างผลิตสิ่งของ เครื่องใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ ให้มีรูปลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างกันออกไปตามการออกแบบสร้างสรรค์ของมนุษย์จากเทคนิคการทำอันมากมายนี้ทำให้เราสามารถที่จะเลือกสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกรรมวิธีที่แตกต่างกันได้ที่แสดงออกถึงความสามารถ ทักษะและความชำนาญของตัวผู้สร้างหรือสิ่งที่สร้างขึ้น โดยอาศัยเทคนิคการผลิตระหว่างงานฝีมือกับเครื่องจักรกล กับงานที่สร้างขึ้นโดยใช้เครื่องจักรกล มีคุณค่าที่แตกต่างกันออกไป คุณค่าของงานอยู่ที่ความสามารถในการผลิตจำนวนมากโดยใช้ระยะเวลาอันสั้น ทั้งความประณีตทันทานผลงานที่ผลิตสร้างด้วยเครื่องจักรกล คุณค่าที่ปรากฏอาจเป็นไปในด้านเศรษฐกิจ คือมีราคาถูกลงจำนวนมากขึ้น

3. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากค่านิยมหรือประเพณีในท้องถิ่น (Tradition Fashion)

แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ สภาพทางดินฟ้าอากาศ ทรัพยากร และวัสดุในท้องถิ่นทำให้รูปแบบและรูปร่างสิ่งที่สร้างขึ้นต่างกันไป และมีการสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบโดยการสร้างสมในทางปฏิบัติกัน และจากการศึกษารูปร่างของเครื่องใช้ ผลผลิต ผลิตภัณฑ์บางชนิด ทราบได้ว่าเทคนิคการทํานั้นอาจคล้ายคลึงกัน แต่ทางด้านรูปร่าง รูปแบบ หรือลวดลายย่อมมีความแตกต่างกันออกไปตามความนิยมของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่น

สาเหตุที่ทำให้สินค้าของที่ระลึกพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป(เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546)

การพัฒนาเปลี่ยนแปลงของ “ของที่ระลึก” ทั้งในด้านจุดประสงค์ของการสร้างรูปแบบรูปทรงและการนำไปใช้นั้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุใหญ่ 2 ประการ คือ

1. การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

รูปแบบค่านิยม หรือประเพณีในท้องถิ่นที่สร้างวัตถุขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายในการบริโภค จุดมุ่งหมายในการใช้สอย หรือสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องประดับตกแต่งและเป็นวัตถุทางศิลปะ โดยมีเป้าหมายการนำไปใช้และรูปแบบที่สืบทอดกันมานับชั่วอายุคนของแต่ละท้องถิ่น อันถือว่าเป็นวัฒนธรรม (Culture) ของท้องถิ่นนั้น ๆ เมื่อมีการติดต่อกันในระหว่างกลุ่มชนต่างวัฒนธรรมไม่ว่าจะด้วยระบบแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายก็ตาม ย่อมทำให้เกิดการลอกเลียน การประยุกต์ การดัดแปลง ในสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ให้เหมาะสมกลมกลืนกับสิ่งที่มีอยู่ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ก็จะมี การพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเช่น การสร้างเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชาวบ้านกับชาวเมือง จนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง คือ การสร้างเครื่องปั้นดินเผาเดิมสร้างไหปลาร้าเพื่อใช้สอย ได้เปลี่ยนหน้าที่และรูปแบบมาเป็นนกฮูก ฯลฯ สำหรับใส่หลอดไฟฟ้าหรือสำหรับตกแต่งบริเวณ เปลี่ยนบุคคลจากผู้ใช้ชาวบ้านมาเป็นชาวเมือง เปลี่ยนรูปแบบจากดั้งเดิมมาเป็นสมัยใหม่

2. ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ในทางเศรษฐกิจ ก่อนที่จะมีระบบการใช้เงิน การผลิตสร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นก็เพื่อประโยชน์เพื่อความปลอดภัย เพื่อคุณค่าทางความงาม และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้เฉพาะตนและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น งานที่สร้างขึ้นจึงมาจากความพึงพอใจและคุณค่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย รูปแบบของงานจึงไม่แน่นอน จึงเป็นรูปแบบเฉพาะตัว มีการกำหนดโครงสร้างและลวดลายตกแต่งต่างความพอใจระยะต่อมางานส่วนตัวก็เริ่มเปลี่ยนเข้าสู่งานอาชีพ เมื่อบุคคลบางคนได้ใช้ความสามารถพิเศษในการกระทำผลงานเป็นที่สนใจของคนอื่น ๆ เพื่อต้องสนองการเลือกใช้การ

แลกเปลี่ยนผลงานซึ่งกันแล้วพัฒนามาถึงการแลกเปลี่ยนผลงานกับสิ่งของเครื่องใช้กับอาหารและการเป็นระบบซื้อขายขึ้น เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับความสำเร็จบุคคลอื่นซึ่งมีความสามารถเหมือนกันก็มีความประสงค์จะได้รับความสำเร็จระบบการทำงานเพื่อแข่งขันจึงเริ่มขึ้นการแข่งขันก็มักจะแข่งขันกันในเรื่องของอัตราประโยชน์ก่อน จากนั้นก็มาแข่งขันกันในเรื่องของรูปแบบส่วนโครงสร้างเรื่องของคุณภาพและสัดส่วน ต่อมาจึงแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพความสะดวกสบายการนำไปใช้ ในเรื่องความปลอดภัย และในเรื่องของความสวยงาม พอมาถึงระยะนี้ผลงานนั้น ๆ ก็ได้รูปแบบแน่นอนว่าเป็นอะไรหรืออย่างไร เป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ เป็นเครื่องประดับ เป็นเครื่องมือทางศิลปะ ก็หมายความว่า บุคคลกลุ่มหนึ่งในกลุ่มสังคมนั้น ๆ สามารถจะมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ จากการทำผลงานสิ่งของเครื่องใช้ ฯลฯ ขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขาย ให้ได้มาซึ่งอาหารหรือเครื่องนุ่งห่มนั้น เป็นการเริ่มต้นงานอาชีพของบุคคล ต่อมาก็เป็นงานอาชีพของครอบครัว และอาจถึงขั้นอุตสาหกรรมโรงงาน แต่เดิมการผลิตงานต่าง ๆ มักจะทำโยคนคนเดียว ต่อมาเมื่อการผลิตขึ้นเป็นสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นจึงมีการแบ่งงานกันทำในทางสังคม เมื่อสภาพกาลเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนจากการสร้างสรรค์เพื่อตนเองและครอบครัว มาเป็นการสร้างเพื่อการแลกเปลี่ยนซื้อขาย จากชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ของชุมชน ของท้องถิ่น เมื่อมีการแลกเปลี่ยนหรือถูกครอบงำทางวัฒนธรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปทำให้รูปแบบสิ่งของต่าง ๆ ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันรูปแบบเดิมของสิ่งต่าง ๆ บางอย่างก็กลายมาเป็นสินค้าที่ของในฐานะของที่ระลึกของท้องถิ่น ไม่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายในชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างแต่ก่อนต่อไป

สินค้าพื้นเมือง ได้แก่ สินค้าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น โดยคนในพื้นที่นั้นๆ มีการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบต่างๆที่มีอยู่ตามธรรมชาติในท้องถิ่น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ชาวบ้านจะต้องมีการสร้างสรรค์ในการผลิต มีความรู้ความชำนาญ และทักษะภูมิปัญญาในตัว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีสินค้าพื้นเมืองที่สามารถผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก จำแนกได้ 8 ประเภท ได้แก่ รมกระต่ายสา ,งานไม้ ,ผ้าทอ ,เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสานเครื่องเงิน ,เครื่องเงิน และสินค้าเบ็ดเตล็ด

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของฝากพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2551)

สินค้าเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ตุ๊กตาเชียงใหม่ เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงวัฒนธรรมของไทย ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตาที่แต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านชาวเขา และนาฏศิลป์ไทย อีกทั้งยังมีสินค้าหัตถกรรมชาวเขา ผลิตภัณฑ์จากฝีมือชาวเขา และยังมีสินค้าอื่นๆอีกมากมาย

ร่ม เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สาเหตุที่เรียกว่า ร่มบ่อสร้าง เพราะร่มนี้ผลิตกันที่บ้านบ่อสร้าง สมัยก่อนชาวบ้านจะทำร่มกันได้ถุนบ้าน แล้วนำออกมาวางเรียงรายเต็มกลางลานบ้านเพื่อผึ่งแดดให้แห้ง สีสนับและลวดลายบนร่มนั้นสะดุดตาผู้พบเห็น มีทั้งหมด ๓ ชนิดด้วยกัน คือ ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร ผ้าฝ้าย และกระดาษสา แต่ละชนิดมีวิธีทำอย่างเดียวกัน

กระดาษสา จะผลิตในพื้นที่หมู่บ้านต้นเปา ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำกระดาษสา

ผ้าไทย เป็นผ้าที่ผลิตขึ้นจากคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งแต่ละหมู่บ้านจะมีลักษณะการผลิตและลวดลายที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ หมู่บ้านหนองอาบช้าง เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำผ้าฝ้ายทอมือย้อนสัทธิธรรมชาติ , บ้านไร่ไผ่งาม เป็นหมู่บ้านผลิตผ้าฝ้ายทอมือแบบโบราณ และหมู่บ้านทอผ้าชั้นดินจกแม่แจ่ม

ไม้แกะสลัก เป็นการผลิตโดยอาศัยฝีมือ ความชำนาญ รวมทั้งภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้นๆ โดยส่วนใหญ่มีการผลิตในพื้นที่หมู่บ้านถวาย หมู่บ้านบ่อสร้าง และหมู่บ้านต้นฝ้าย

เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบดินเผาสังคโลก เครื่องสังคโลกเป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดพิเศษและมีชื่อเสียงมาก มีลักษณะเป็นสีเขียวไข่มุก ปั้นด้วยมือเคลือบน้ำยาแล้วเข้าเตาเผา เป็นวิธีเดียวกันกับที่ทำมาแล้วในสมัยโบราณ สินค้าสำเร็จรูปที่เป็นสังคโลกนี้นิยมกันแพร่หลายทั่วประเทศและทั่วโลก มีตั้งแต่ของใช้จนกระทั่งถึงโต๊ะตะเกียง แจกัน จาน ที่เขี่ยบุหรี่ ขันและเครื่องถ้วยชามอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตที่ หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาเหมืองกุง และหมู่บ้านกวนหารแก้ว เป็นต้น

เครื่องจักสาน เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ ที่เน้นประโยชน์ใช้สอย ทำด้วยไม้ไผ่หวายเป็นต้น หมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต ได้แก่ หมู่บ้านร้อยจันทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานฝาปลาอำ, หมู่บ้านคอนแก้ว เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานคุ, หมู่บ้านป่าบาง เป็นหมู่บ้านที่มี

ชื่อเสียงในการจักสาน ซึ่งชาวบ้านผลิตเครื่องจักสานจากไม้หลามมากันตั้งแต่บรรพบุรุษ เครื่องจักสานที่สาน เช่น โคมไฟ ตะกร้า แขก (เครื่องมือหาลา)

เครื่องเงิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยโลหะเป็นเงินบริสุทธิ์เพียงอย่างเดียว หรือใช้โลหะอื่นๆ เจือปนแล้วแต่ชิ้นงานที่จะนำไปใช้ หมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต ได้แก่ หมู่บ้านทำเครื่องเงิน ถนนวัวลาย จะผลิตลวดลายประณีตบรรจง เช่น หีบบุหรี ซ้อนส้อม ถาดผลไม้ เขียนหมาก ฯลฯ

เครื่องเงิน เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ขึ้นหน้าขึ้นตาอย่างหนึ่งของเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อไปใช้และประดับบ้าน เป็นภาชนะเครื่องใช้ที่สานด้วยไม้ไผ่แล้วเคลือบด้วยรัก เขียนลวดลายประดับตกแต่งด้วยชาด ทองคำเปลว หรือเงินเปลว ส่วนมากแล้วในบริเวณตอนเหนือของไทยรอบ ๆ เชียงใหม่มีการผลิตกันเป็นศูนย์กลางกรรม เครื่องเงินของไทยนั้นมีลักษณะเด่นแตกต่างจากเครื่องเงินประเทศอื่น ๆ ในภาคพื้นเอเชีย เช่น จีนและญี่ปุ่น โดยมากมักจะทำเป็นรูปภาชนะเบา ๆ เช่น ถ้วย ชัน ถ้องบุหรี ถาด แจกัน เป็นต้น หมู่บ้านศรีปิ่นคริว เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำไม้ไผ่ขัดโครง เครื่องเงิน

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่มีเสื่อมคลายและธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาเชื่อมโยงสนับสนุนอย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและชาวต่างประเทศ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่น ผ่านักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษาและไม่เป็นคนที่ท้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

ผู้เยี่ยมชม (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับ

ค่าจ้างในการระหว่างการเดินทางดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไม่ค้างคืน

1. ผู้เยี่ยมชมเยือนเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”
2. ผู้เยี่ยมชมเยือนเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือเรียกว่า “นักท่องเที่ยวจร (Excursionist or same day visitor)”

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุกๆด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวังเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาดเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็กรธุรกิจท่องเที่ยว หรือเป็นส่วนหนึ่งมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวของประเทศมีความยั่งยืนได้เช่นกัน

การท่องเที่ยวแบบไหนคือการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิด จิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรม สำคัญในการท่องเที่ยวนั้น เช่น การพักผ่อนในรีสอร์ทที่มีบริการรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการรับประทานอาหารชีวจิต อาหารมังสวิรัต การฝึกสมาธิ การฝึกออกกำลังกาย เป็นต้น มักมีกำหนดเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้เกิดผล เช่น 7 วัน 5 วัน หรือ 3 วัน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) คือ การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เช่น สวนผลไม้ วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะจัดเตรียมพื้นที่

บางส่วนเพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม และมีโอกาสหาประสบการณ์ใหม่จากกิจกรรมปกติของฟาร์ม เช่น การเกี่ยวข้าว การเก็บผัก เป็นต้น มีการจัดวิทยากรเพื่อบรรยาย หรืออธิบายวิธีการทำงานของสวนเกษตร หรือฟาร์มนั้น

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวนั้น บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) หรือประเพณีพื้นบ้าน และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านข้างหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) (อ้างในการเคช พยัฉวิเชียร, 2543 : 5) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มี 10 หลักการ คือ

1. Using Resource Sustainable

การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว

2. Reducing Over-consumption and Waste

การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยเสี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว

3. Maintaining Diversity

การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. Integrating Tourism into Planning

การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. Supporting Local Economy

การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. Involving Local Communities

การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย

7. Consulting Stakeholder and the Public

การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. Training Staff

การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. Marketing Tourism Responsible

การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. Undertaking Research

การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้กล่าวว่ลักษณะสำคัญ 6 ประการ ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ควรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักประกันถึงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่

2. การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3. ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของ การพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการ

ท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ๆ

4. การใช้วัสดุและผลผลิตจากท้องถิ่น ควรสนับสนุนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นในการก่อสร้าง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่าง ๆ ของคนท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

5. การกระจายรายได้ การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน

6. การจ้างงาน คุณภาพของงานสำหรับคนในท้องถิ่นควรเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ มุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

อนูรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (2539) (อ้างในอิสยา อุติผล, 2542 : 22) กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นแนวคิดและแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนและชุมชนให้ดีขึ้น โดยไม่เอนเอียงไปทาง ด้านวัตถุนิยมจนลืมนึกถึงพิจารณาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติและสังคมกลมกลืนไปกับการพัฒนาบำรุงรักษาภาวะแวดล้อมทั้งธรรมชาติและสังคม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539 : 12-13) กล่าวว่า เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยว นั่นคือความพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชน ทุกส่วนได้รับประโยชน์เศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้้นำตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในชนบทท่องเที่ยว

ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2538) (อ้างในอิสยา อุติผล, 2542 : 22) ได้ให้หลักการสำคัญของการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมองมิติที่สำคัญมี 4 ประการ คือ

1. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม : การพัฒนาควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ความยั่งยืนทางสถาบัน : การตัดสินใจของชุมชนและการจัดตั้งองค์การสังคมต้องสอดคล้องกับหลักการนิเวศวิทยาท้องถิ่น
3. การมีส่วนร่วม : การพัฒนามาจากข้างล่างโดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีสิทธิในการจัดการทรัพยากรของตัวเอง
4. ความยุติธรรมทางสังคม : ความมั่นคงของการดำรงชีวิตต้องครอบคลุม กลุ่มชนผู้ยากไร้ในปัจจุบัน และคนรุ่นหลังในอนาคตอันยาวไกล

ภราเดช พัทฒวิเชียร (2543 : 4-7) กล่าวว่า ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่จะมีความยั่งยืนได้ ต้องพิจารณาอีก 2 ส่วน คือ ส่วนของ Planning Unit และ Operation Unit หน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากร องค์การบริหารส่วนจังหวัด และอื่น ๆ จะต้องมีการวางแผนเรื่องการใช้ทรัพยากร และต้องมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการ การเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งนั้น ไม่ควรพิจารณาเฉพาะศักยภาพเพียงเรื่องเดียว แต่ควรพิจารณาในเรื่องของการวางแผนและการจัดการด้วย โดยสรุปคือต้องพิจารณาทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมของการบริหารจัดการ ถ้าในสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่พร้อม ก็ยังไม่ควรจะไปเปิดให้ผู้คนมาท่องเที่ยวศักยภาพของตัวแหล่งท่องเที่ยวก็ยังคงอยู่

สรุป การทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆยั่งยืนอยู่กับชุมชนท้องถิ่นได้นั้น ต้องสามารถสนองตอบความต้องการของในปัจจุบันได้ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับหลักนิเวศวิทยาท้องถิ่น โดยประชาชนยอมรับอย่างเต็มใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณางานวิจัยทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้มีผู้ศึกษาในหลายๆภาคไว้หลากหลายแนวทาง เช่น ในภาคใต้ แสนศักดิ์ สิริพานิช และคณะ (2547) ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยการศึกษาเพื่อทราบถึงประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม รวมถึงความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้าและการออกแบบ ซึ่งสอดคล้อง

กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดพังงา ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอยผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม และการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดกระบี่ ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง สิ่งประดิษฐ์กะสลัก และภาพเขียน-พิมพ์ ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ความสวยงาม คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง และยังได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ผลที่ได้ต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลทางพฤติกรรม การซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ตลอดจนควรให้การศึกษามากขึ้นและฝึกอบรมเพิ่มเติมและการฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ในพื้นที่ด้านทะเลอำเภอไทยมีผลงานวิจัยของ นรินทร์ ทวยเจริญ (2538) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสานในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยกลางคน มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทนี้หรือธุรกิจประเภทอื่นมาก่อน ทั้งในภาคอีสานและภาคอื่น ๆ เมื่อสะสมทุนได้เพียงพอหรือได้รับการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับมีความรู้ด้านอาหารและของที่ระลึกอีสาน จึงตัดสินใจดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างฐานะของครอบครัวให้ดีขึ้น สำหรับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมาก่อนจะเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยได้รับความช่วยเหลือจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนบ้าน ทำการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพหลักและนำครอบครัวมาอยู่อาศัยด้วยเพื่อเป็นแรงงาน นอกจากนี้ความคิดเห็นของผู้ซื้ออาหารและของที่ระลึกอีสาน ส่วนธุรกิจขายของที่ระลึกอีสาน พบว่าของที่ระลึกมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีความปราณีตสวยงาม มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาเหมาะสม มีการบรรจุหีบห่อที่ดี ผู้ขายแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม มีกิริยามารยาทดี การตกแต่งสถานที่ดึงดูดใจลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีที่จอดรถที่สะดวกและปลอดภัย ผู้วิจัยได้เสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

คือ หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่นการให้ความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจ การใช้ภาษา และการสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนใจ ตั้งใจ และมั่นใจในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติ

ส่วนในพื้นที่ภาคตะวันออกซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในใกล้เมืองหลวง ได้มีการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ในจังหวัดชลบุรี โดย ภรดี พันธูภากร (2535) โดยจากการศึกษาพบว่า จากการศึกษาพบว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล ทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ข้าว-หวาน อาหารจากทะเล สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุทางทะเล เครื่องจักสาน ผ้าทอ และหินแกะสลัก นอกจากนี้ชลบุรียังเป็นแหล่งที่มีการทำผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กในครัวเรือน จนถึงอุตสาหกรรมขนาดย่อม มีการใช้ดินในแหล่งพื้นที่ชลบุรี และแหล่งใกล้เคียง สามารถเสนอแนะแนวทางเพื่อให้มีการสร้างงานและพัฒนาในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือเป็นการรวมกลุ่มการผลิตในชุมชนในหมู่บ้าน 3 แนวทางคือ แนวทางที่หนึ่ง ให้การเสนอแนะกับโรงงานเซรามิกส์ที่ทำการผลิตวัสดุก่อสร้างที่มีมาแต่เดิมในจังหวัดชลบุรี ให้มีการเพิ่มส่วนการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แนวทางที่สอง ให้ความรู้ฝึกอบรมแก่ชาวบ้านผู้สนใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการสร้างงานผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ในครัวเรือน หรือเป็นการรวมกลุ่มการผลิตในหมู่บ้านในชุมชน แนวทางที่สาม เป็นการทดลองจัดการผลิตในหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบ ขั้นตอน เทคนิค วิธีการ และการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางแก่ชาวบ้านผู้ที่สนใจโดยทั่วไป นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสนองประโยชน์ใช้สอย มีความสวยงาม และมีคุณค่า เหมาะสมกับการเป็นของที่ระลึก การนำไปเป็นของขวัญของฝาก หรือการเก็บสะสม ที่สำคัญคือ จะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของเซรามิกส์ชลบุรี เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์เนื้อดิน น้ำเคลือบ เทคนิคการตกแต่ง และการนำวัตถุดิบจากแหล่งพื้นที่ชลบุรีหรือแหล่งใกล้เคียงมาใช้ในการผลิตอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือในภาคอีสานของประเทศ มีการวิจัยการพัฒนาเรื่องการพัฒนางานหัตถกรรมเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดย ชูศักดิ์ เพรสคอต และคณะวิจัย (2533) ได้ทำการวิจัยศึกษา โดยศึกษาเป็นประเภทของงาน

หัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยึดเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ และการจ้างงาน ศึกษาถึงภาวะด้านการผลิต แรงงาน เงินทุน และ ภาวะด้านการตลาดสินค้าหัตถกรรม เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนางานหัตถกรรม พื้นบ้านได้อย่างเหมาะสม จากการศึกษาพบว่า งานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุน และส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักต่อไปได้โดยถือเกณฑ์ทางการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นความสามารถ ของประชาชนเงินทุน การสร้างรายได้และตลาดสินค้าหัตถกรรม มี 3 ประเภทได้แก่ งานทอผ้า ทอ เสื่อและจักสาน การดำเนินการผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่จะทำภายในตัวบ้าน ใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ง่ายๆ วัตถุดิบก็หาซื้อหรือผลิตได้ในหมู่บ้าน เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในการผลิต ประมาณครอบครัวละ 200-500 บาท และใช้แรงงานประมาณครัวเรือนละ 2-3 คน ทำการผลิต ในช่วงหลังฤดูการเกษตร ประมาณ 4-6 เดือนต่อปี มูลค่าการผลิตสำหรับงานจักสาน ครัวเรือนละ 3,000-15,000 บาทต่อปี งานทอเสื่อ ครัวเรือนละ 4,000-10,000 บาทต่อปี และงานทอผ้า ครัวเรือน ละ 1,500-36,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานเวลาที่ทำงานและชนิดของสินค้าที่ผลิต การผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังประสบปัญหาหลายประการ การขาดแคลน วัตถุดิบ วัตถุดิบยังมีราคาสูง แรงงานมีความรู้ความสามารถในการผลิตต่ำ ขาดแคลนเงินทุนที่จะ นำมาใช้จ่ายทางการผลิต ตลาดสินค้าหัตถกรรมแคบ ทำให้ผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับราคาทั้ง ทางด้านราคาวัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์ ขาดศูนย์พาณิชย์ เพื่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมโดยเฉพาะ ในแต่ละจังหวัด แนวทางและมาตรการในการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อการสร้างงานและ รายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องดำเนินการให้ครบวงจรและร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและ เอกชน กล่าวคือ ควรส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ พัฒนาหนองน้ำเพื่อปลูกกก ส่งเสริมการปลูกหม่อน เพื่อเลี้ยงไหม จะให้มีวัตถุดิบใช้ตลอดปี ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน การนำเครื่องมือและ อุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์ประจำ จังหวัดเพื่อขยายตลาดสินค้าหัตถกรรมให้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการวิจัยด้านการผลิต และการตลาดเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

ทั้งนี้ในภาคดังกล่าวยังได้มีการวิจัยเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมที่ระลึกพื้นเมืองโดย ศิวะ ศุภวิบูลย์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกของชาวบ้าน ในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า วิวัฒนาการการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ ระลึกได้แก่ ครุฑน้อย ซึ่งเดิมชาวบ้านทำครุฑใหญ่ไว้ใช้ในครัวเรือน เมื่อปี พ.ศ. 2511 จึงได้เปลี่ยนมาทำ ครุฑน้อยซึ่งมี 5 ขนาด ในปี พ.ศ. 2527 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอขุขันธ์และศูนย์การศึกษานอก

โรงเรียน ได้เข้ามาแนะนำชาวบ้านให้นำครุฑน้อยมาทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำเป็นพวง
 อุ่นแล้วบรรจุในกรอบรูป คุ้มนู เข็มกลัดติดเสื้อ ที่ติดผมช่อดอกไม้ เป็นต้น โดย เกวียนน้อย เริ่ม
 เมื่อปี พ.ศ. 2505 ว่าชาวบ้านทำตามได้ประณีตงดงาม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2523 มีฝึกอบรมชาวบ้าน
 จนสามารถประดิษฐ์เกวียนน้อยเพื่อจำหน่ายได้ผลิตภัณฑ์จากใบตาล ใน พ.ศ. 2520 มีการส่งเสริม
 อาชีพโดยพัฒนารูปแบบการสาน จากเขียนหมากรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เป็นกล่องใส่ของกระจุกกระจิก
 ผอบใบตาล และกระเป๋าแบบหูหิ้ว นอกจากนี้กระบวนการประกอบอาชีพ ชาวบ้านยึดการประกอบ
 อาชีพตามอย่างพ่อแม่และพวกผู้ใหญ่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทำงานด้านนี้ ได้แก่ รายได้ดี เวลาว่าง
 และต้องการสืบทอดวัฒนธรรมการทำของที่ระลึก มีการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพ โดยกลุ่มได้
 ช่วยเหลือด้านการเงิน การตลาด ให้ความรู้ และเป็นศูนย์รวมทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม แหล่ง
 ความรู้ได้จากวิทยากร เรียนรู้ด้วยตนเอง จากพ่อแม่และจากหน่วยราชการ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ผลิต
 ซื้อจากท้องตลาดและปลูกเอง มีการใช้เทคโนโลยีเฉพาะกับผลิตภัณฑ์จากใบตาล คือ มีการใช้สีเคมี
 การกำหนดราคากระทำโดยกลุ่มผู้ผลิต และผู้ซื้อร่วมกัน ชาวบ้านมีรายได้จากการจำหน่าย
 ผลิตภัณฑ์ ภาวะหนี้สินลดลง แต่ยังคงมีการเก็บออมน้อย ทางด้านสังคม ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กัน
 มากขึ้น ชาวบ้านมีความคิดเห็นว่าการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึก ทำให้ครอบครัว
 และชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

อีกทั้งมีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับของ
 ที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมที่จำหน่ายในอำเภอเมืองอุดรธานี โดย พัฒนพงศ์ เจริญชัย (2545)
 จะพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด 4 ข้อ พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นโดยรวม
 ก่อนข้างเห็นด้วย และพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับก่อนข้างเห็นด้วย 8 ข้อ โดยที่ก่อนข้างเห็นด้วย
 อันดับแรก คือ มีชื่อเสียง รองลงมาคือประทับใจแก่ผู้รับ ด้านราคาความคิดเห็นโดยรวม เห็นด้วย
 ปานกลาง และพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง 2 ข้อ โดยที่ความเห็นปานกลาง
 อันดับแรก คือ ความคุ้มค่ากับราคา รองลงมา คือราคาแพง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความ
 คิดเห็นโดยรวม ก่อนข้างเห็นด้วย และพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับก่อนข้างเห็นด้วย 2 ข้อ โดย
 ที่ก่อนข้างเห็นด้วยอันดับแรก คือเจ้าของร้านให้การต้อนรับด้วยดี รองลงมา คือ มีการจัดร้านให้มี
 ความสวยงามน่าซื้อ ด้านส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นโดยรวม เห็นด้วยปานกลาง และพิจารณา
 ตามความเห็นชอบของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมที่จำหน่ายใน
 อำเภอเมืองอุดรธานีในระดับชอบปานกลางถึงชอบมาก โดยมีความชอบมาก 3 อันดับต่อของที่

ระลีกประเภท ผ้าไหม(จีน ทอลาย ลายจิด) เสื้อผ้าสำเร็จรูป (จากผ้าไหม ผ้าฝ้าย) และผ้าฝ้าย(จีน ทอลาย ลายจิด)

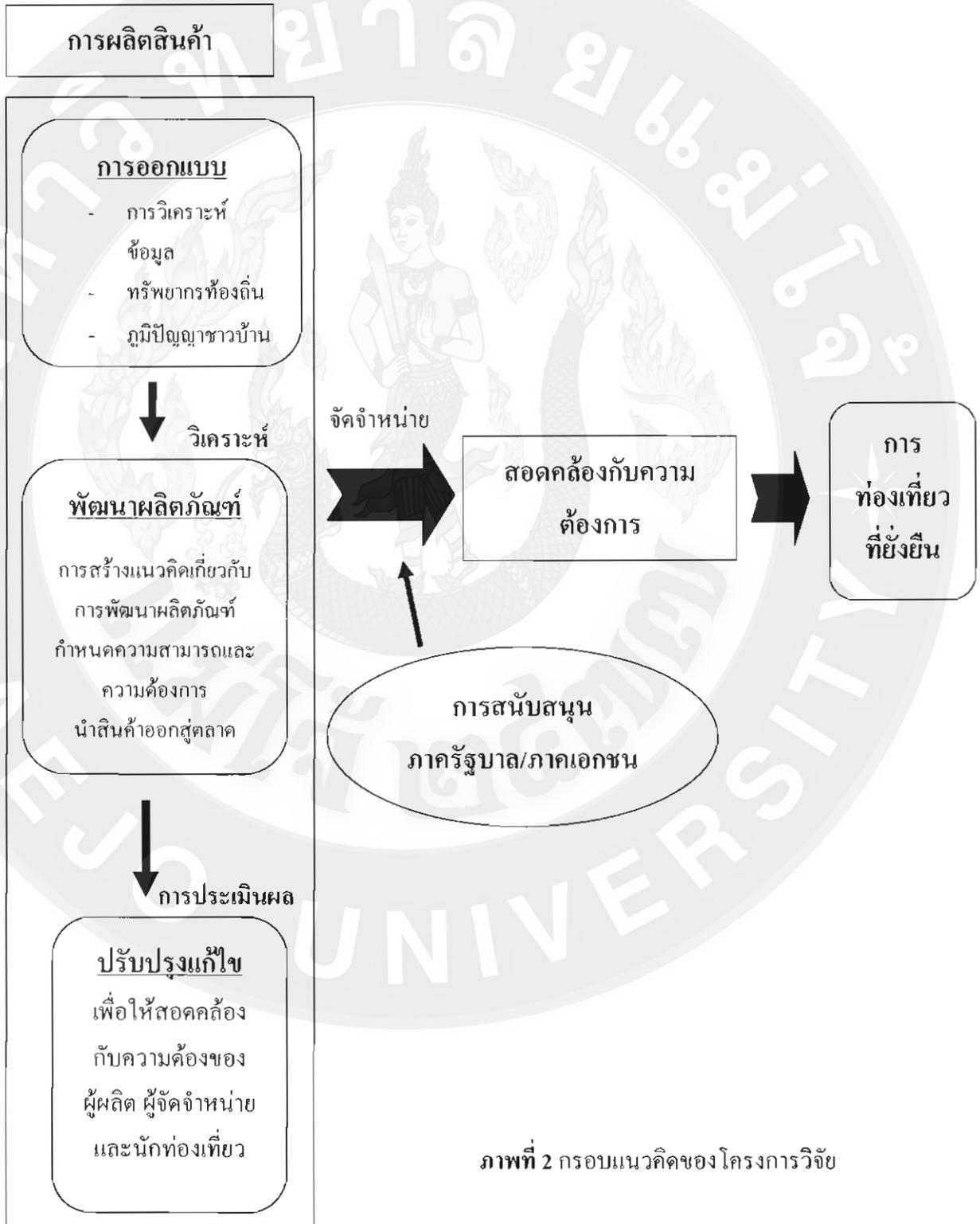
ทั้งนี้ เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยศึกษาวิจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ชนิด และรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก และแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทเพื่อการบริโภค แหล่งจำหน่ายที่ซื้อคือร้านค้าในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกให้ความสำคัญตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากกับความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการคือ มีคุณภาพ และสะท้อนภูมิปัญญาชาวบ้าน ประเภทของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการคือประเภทเพื่อการใช้สอย โดยมีชนิดของสินค้า คือ ของใช้ส่วนตัว ของใช้เบ็ดเตล็ดทั่วไป และเสื้อผ้า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสินค้าที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทุกประเด็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลางประเด็นที่เป็นปัญหามากได้แก่ สินค้าซ้ำแบบกันทุกร้านขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขาดการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล และการจัดจำหน่ายที่ไม่กระจายครอบคลุม แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพสินค้า เพิ่มความหลากหลายของชนิดสินค้า และการควบคุมราคา

ต่อมาทางคณะผู้วิจัย โดย เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2547) ยังได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างอีกด้วย โดยมี วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ประเภทและรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก และแนวทางพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง วิธีการวิจัยโดยการเก็บรวบรวม ข้อมูลภาคสนาม(Field Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากข้อมูลทฤษฎี และสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง ประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน(Quota Sampling) และตามความมุ่งหมาย(Purposive Sampling) ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว ซื้อประเภทเพื่อการใช้สอยจากร้านค้าภายนอกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปฝากญาติ/เพื่อน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยต่างๆเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา กับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสำหรับด้านตัวผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับประโยชน์หลักของตัวผลิตภัณฑ์มากกว่ารูปลักษณ์และชื่อเสียง ได้แก่ ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ ความทนทานเก็บรักษาได้นาน รูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต้องการ ควรสื่อวัฒนธรรมภูมิปัญญาและชุมชน มากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก โดยเน้น คุณภาพ และความสอดคล้อง กับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประเภทสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการ คือ ประเภทวัตถุทางศิลปะโดยเป็นชนิดภาพวาด/ภาพถ่าย และ ประเภทเพื่อการใช้สอยโดยชนิดของใช้ส่วนตัว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ การจัดจำหน่ายไม่กระจายครอบคลุม การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล ขาดความมีเอกลักษณ์ รูปแบบไม่สวยงามดึงดูดใจ และ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึก คือ พัฒนาปรับปรุงรูปแบบสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเพิ่มชนิดสินค้า ให้หลากหลาย ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ในการพัฒนาสินค้าใหม่ควรออกแบบสินค้าที่มีคุณค่าทางใจ มากกว่าเพื่อการบริโภค โดยมีความปลอดภัย ความหลากหลายของสินค้าให้เลือก ความแปลกใหม่ และความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กำหนดราคาที่เหมาะสม มีคุณภาพ จัดจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมพัฒนาบุคลากรและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกควรร่วมมือกันในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึกให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย