

Cultural Tourism Management Model: Lan Xang on both sides of the Makong River Thailand – Lao People’s Democratic Republic

Wuttipong Suparom¹ Prapatsorn Preeaium² and Piyaluk Potiwan³

Received	Reviewed	Revised	Accepted
04/05/2563	13/05/2563	16/05/2563	19/05/2563

Abstract

Purposes of this research were 1) to study Cultural Tourism Management Model: Lan Xang on both sides of the Mekong River Thailand – Lao People’s Democratic Republic 2) to develop Cultural Tourism Management Model: Lan Xang on both sides of the Mekong River Thailand – Lao People’s Democratic Republic 3) to try out and evaluate for confirming Cultural Tourism Management Model: Lan Xang on both sides of the Mekong River Thailand – Lao People’s Democratic Republic. The research drew the samples by cluster random sampling method 240 people including leaders of local administration in Nongkhai Province especially districts that connected to Mekhong River. The research used statistics: Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D.), MANOVA: Repeat Measure, Factor Analysis, Correlation Coefficient, and Confirmatory Factor Analysis. The results found that 6 main factors, 20 sub-factors, and 65 indicators were passed the evaluation criteria.

Keywords: Cultural Tourism Management Model, Lan Xang on Both Sides of the Mekong River Thailand – Lao People’s Democratic Republic

¹ Ph.D. (Innovation for Local Development), Faculty of Political Science and Public Administration, Rajabhat Maha Sarakham University, E-mail: yui8610.01@gmail.com

² Faculty of Political Science and Public Administration, Rajabhat Maha Sarakham University, E-mail: prapatsorn_ty@rmu.ac.th

³ Faculty of Political Science and Public Administration, Rajabhat Maha Sarakham University, E-mail: piyaluk.po@rmu.ac.th

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านช้างสองฝั่งโขงไทย-ลาว

วุฒิพงศ์ ศุภรัมย์⁴ ประภัสสร ปรีเอี่ยม⁵ และ ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว 3) เพื่อทดลองและประเมินผลรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว เพื่อทำข้อเสนอแนะนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 240 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้แทนแหล่งท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่เป้าหมาย สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนแบบหลายตัวแปรตาม การวิเคราะห์ข้อมูลแบบองค์ประกอบ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ผ่านการประเมินประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก 20 องค์ประกอบย่อย 65 ตัวชี้วัด

คำสำคัญ: รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านช้างสองฝั่งโขงไทย-ลาว

บทนำ

ในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว Chatchapon Songsoonthornwong ได้ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างต่าง ๆ และส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการขยายตัว แม้ว่าทรัพยากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจมีการใช้ไม่สิ้นเปลือง เท่าอุตสาหกรรมการผลิต แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เสื่อมโทรมได้หากไม่มีการดูแลรักษาที่ดีพอ การดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีสภาพสมบูรณ์และคงอยู่ยาวนาน เป็นเสมือนการรักษา อารยธรรมและความรุ่งเรืองของชาติเอาไว้ ซึ่งการรักษาทรัพยากรเหล่านี้ให้คงอยู่ยาวนาน จำเป็นต้องมีการอนุรักษ์และพัฒนาควบคู่กันไป ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วทั้งโลก จึงได้หาวิธีและรูปแบบที่เหมาะสมกับการ

⁴ รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, yui8610.01@gmail.com

⁵ รองศาสตราจารย์ ดร. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, prapatsorn_ty@rmu.ac.th

⁶ รองศาสตราจารย์ ดร. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, piyaluk.po@rmu.ac.th

ท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมไทยเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมไทย ทั้งยังเป็นเครื่องวัดความเจริญ หรือความเสื่อมของสังคม ซึ่งมีผลต่อความก้าวหน้าของประเทศ เพราะประเทศจะเจริญหรือไม่ขึ้นขึ้นกับการพัฒนาของคนในสังคม จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่กล่าวถึงการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าขึ้น สังคมต้องมีคุณภาพ จากการพัฒนาคนในสังคม วัฒนธรรมถือเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่ชุมชนและท้องถิ่นต่าง ๆ ว่าได้มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น โดยแสดงออกในรูปแบบที่แตกต่างกันและหลากหลาย ทั้งในด้านของวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญา ศิลปะการแสดง (Chatchapon Songsoonthornwong. 2004)

ภายใต้พลวัตในสังคมโลกมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสังคมวัฒนธรรมที่เพิ่มความซับซ้อนและเกิดเครือข่ายสังคมมากขึ้น การทำความเข้าใจสังคมย่อมต้องมีเครื่องมือที่เหมาะสมจึงจะเข้าถึงและตามทันภาวะการณ์ได้ โดยที่การศึกษาเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ยอมรับทั่วกันว่าเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคมซึ่งจัดให้กิจกรรมรวมพลังทางสังคม ซึ่งเป็นฐานการนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการศึกษาของสังคมโลก กังวลหลักการของ UNESCO ที่ใช้การศึกษาดูแบบอย่างกับสังคมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ว่า “การสร้างสังคมความรู้ต่อสู้กับความยากจน...การสอนทางไกลสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึง และการศึกษาร่วมกัน สันติภาพ และวัฒนธรรมร่วมกัน (Contrary for Liberty) (Jaruyaporn Thoranin. 2002) ”

การส่งเสริมการพัฒนาใน สปป.ลาว โดยเฉพาะการศึกษา การเกษตร และสาธารณสุข ซึ่งได้มีการร่วมลงนามความตกลงระหว่างไทย-ลาว “ดัดแปลงเพิ่มความเข้าใจด้วยการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และความร่วมมือระหว่างสถาบันการต่างประเทศเทววงศ์วโรปการและสถาบันการต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศลาว (Joint Commission on Thai-Lao Cooperation. 2015) ดัง Wanna Wongwanich ได้ศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย รัฐบาลให้ความสำคัญแก่การท่องเที่ยวอย่างมาก จึงส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมสนับสนุนศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาชุมชนของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน ตลอดจนเพิ่มจำนวนแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว (Wanna Wongwanich. 2003) และ Potchana Boonkhum พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวสูง มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลายทั้งในด้านของทรัพยากรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติที่สร้างความประทับใจในเรื่องของความงาม ความเป็นธรรมชาติ ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนา อันแสดงถึงอารยธรรม ที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละสมัย ซึ่งมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (Potchana Boonkhum. 2007)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง ไทย-ลาว เป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรม และติดกับเขตรอยต่อประเทศเพื่อนบ้าน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เห็นได้จากประวัติความเป็นมาที่ยาวนานของทั้งสองประเทศ การเปิดกว้างในการนับถือศาสนา การเปลี่ยนแปลง การผสมผสานหล่อหลอม การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กระทั่งประยุกต์รวมกับวัฒนธรรม ทั้งข้างถิ่นและข้ามถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมในทั้งสองประเทศไทย-ลาว นับได้ว่าทั้งสองประเทศเต็มไปด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรมไม่น้อยกว่าประเทศใดในโลก ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมและการจัดการรูปแบบวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความสำคัญความยั่งยืนและการพัฒนา เมื่อกระแสการพัฒนาประเทศด้วยนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ถูกนำมากำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศ จึงถือเป็นจังหวะดีที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในท้องถิ่นจะนำต้นทุนวัฒนธรรมที่มีมาเผยแพร่ ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่และการดำเนินต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว
3. เพื่อทดลองและประเมินรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่

- ระยะที่ 1 ศึกษาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง ไทย-ลาว
- ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง ไทย-ลาว

ระยะที่ 3 ทดลองและประเมินผลรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง
ไทย-ลาว

ประชากร ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในจังหวัดหนองคาย

กลุ่มเป้าหมาย ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในจังหวัดหนองคาย รวมจำนวน
240 คน

เครื่องมือการวิจัย

ระยะที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ 2 ชุด

ระยะที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม 1 ชุด

ระยะที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม 1 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว ใน
ระยะแรกนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ และตัวบุคคล โดยใช้แบบสัมภาษณ์
เฉพาะเจาะจงรายบุคคลกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 คน และผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
จำนวน 10 คน รวม 20 คน

ระยะที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาว ในระยะ
ที่สองนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม จำนวน 120 คน คือ
ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และผู้นำองค์กร

ระยะที่ 3 วิเคราะห์การทดลองและประเมินผลรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สองฝั่งโขงไทย-ลาว ในระยะที่สามนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง
ได้แก่ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดหนองคาย ซึ่งเลือกเฉพาะอำเภอพื้นที่ที่มีชนแดน
ติดต่อประเทศเพื่อนบ้าน สปป.ลาว รวมทั้งหมด 240 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติ
พื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติขั้นสูงโดย
ใช้เทคนิคโปรแกรม LISREL

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่า มีตัวชี้วัดที่ผ่านการประเมิน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก
20 องค์ประกอบย่อย 65 ตัวชี้วัด

1. มิติองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว (Traveling) ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยว
(1) เพศ (2) อายุ (3) อาชีพ (4) ระดับการศึกษา (5) ระดับรายได้ (6) สถานภาพสมรส (7) ถิ่นพำนัก

2) กิจกรรม (1) กิจกรรมตามช่วงเวลาต่าง ๆ 3) ธุรกิจในอนาคตที่ท่องเที่ยว (1) ที่พัก (2) บริการไกด์ (3) อาหารและเครื่องดื่ม (4) ความสะดวกในการเดินทาง (5) การประชาสัมพันธ์ (6) บริการสาธารณสุข

2. มิติประเภทของแหล่งท่องเที่ยว 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ (1) ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว (2) โบราณสถาน โบราณวัตถุในแหล่งท่องเที่ยว (3) ศาสนา 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณี (1) ศิลปวัฒนธรรม (2) ขนบธรรมเนียมและประเพณี (3) มรดกทางวัฒนธรรม (4) กิจกรรมที่เกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณี

3. มิติแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 1) การตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่น (1) เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (2) มีการกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม 2) เน้นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน (1) กิจกรรมที่น่าประทับใจ (2) กิจกรรมนันทนาการ (3) ประสบการณ์ที่ได้รับ 3) การเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร (1) ได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรผ่านการท่องเที่ยว (2) ได้เรียนรู้วิถีชีวิตผ่านการท่องเที่ยว (3) นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) นำการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาทุกระดับ (1) บูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วน (2) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นนำสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน 5) พัฒนาเป็นฐานข้อมูล (1) เก็บรวบรวมข้อมูล (2) นำข้อมูลมาวิเคราะห์และประเมินความเป็นไปได้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

4. มิติกระบวนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 1) การจัดการพื้นที่ (1) กำหนดมาตรการการใช้ประโยชน์พื้นที่ (2) การออกแบบอาคารและปรับปรุงพื้นที่ (3) การควบคุมการท่องเที่ยวและกิจกรรม 2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (1) การสร้างสรรค์กิจกรรมที่ไม่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม (2) การเตรียมแผนการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจกระทบกับสิ่งแวดล้อม 3) การบริการการท่องเที่ยว (1) การส่งเสริมบริการที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว (2) การมีส่วนร่วมของชุมชน (3) สนับสนุนการให้บริการที่ได้มาตรฐาน (4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในวิธีจัดการปัญหาความยากจน

5. มิติแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน 1) การให้ความเคารพต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (1) การใช้ทรัพยากรโดยที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น (2) การรักษา มรดกทางวัฒนธรรม โดยอาศัยความร่วมมือของท้องถิ่น (3) การดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ โดยให้ความเคารพต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) การให้ความมั่นใจในการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง (1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง (2) การมีมาตรการดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นการกระตุ้นธุรกิจ

ท่องเที่ยว 3) การกระจายผลประโยชน์ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ (1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการสร้างงาน (2) การมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (3) การที่ท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นการลดระดับความยากจน (4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการจ้างงานอย่างต่อเนื่องและมั่นคง

6. มิติองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานสองฝั่งโขงอย่างยั่งยืน 1) การพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทาง (1) การเดินทางที่สะดวก (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) การบริการที่ประทับใจ (4) มีการประเมินศักยภาพในการรองรับของพื้นที่ (5) การกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากร (6) การให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว (1) การบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (2) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโดยมีความรับผิดชอบต่ออนุรักษ์การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 3) การพัฒนาตลาดท่องเที่ยว (1) การแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (2) นักท่องเที่ยวที่มีความรู้และประสบการณ์จะเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 4) การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น (1) การสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม (2) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น (3) การที่ชุมชนท้องถิ่นสามารถจัดการท่องเที่ยวของตนเอง

อภิปรายผล

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองฝั่งโขงไทย-ลาวพบว่า มีคุณลักษณะตัวชี้วัดรายด้านที่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. มิติองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn (2009) กล่าวว่า ลักษณะของนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก ซึ่งแต่ละปัจจัย ส่งผลต่อพฤติกรรม การเดินทางและการเลือก แหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว Department of Culture, Media & Sport. (1999). ได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว สรุปลักษณะของนักท่องเที่ยวในอนาคต ไว้ดังนี้ (1) มีกำลังซื้อมากขึ้น แต่มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น (2) มีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังมากขึ้น (3) มีแนวโน้มที่จะหยุดพักผ่อนมากขึ้น การอยู่พักผ่อนแต่ละครั้งจะใช้เวลานานขึ้น (4) มีเวลาจำกัด ต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรืออ่านหนังสือแนะนำเที่ยว สำหรับวางแผนการพักผ่อน หรือการพักผ่อนหลังการติดต่อธุรกิจ โดยใช้เวลาน้อยที่สุด (5) มีความรู้มากขึ้น และชอบที่จะเลือกไป

ท่องเที่ยวในแบบที่ตนเองชอบมากกว่าที่จะซื้อรายการท่องเที่ยว (package tour) จากธุรกิจนำเที่ยว (6) อายุยืนมากขึ้น ผู้สูงอายุมีสุขภาพแข็งแรงมากขึ้นและไม่ชอบอยู่กับที่

ด้านกิจกรรม พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn (2009) กล่าวว่ากิจกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อนำมาวางแผนการสร้างและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และ TSA:RMF2000 (UNSD, et.al,2001) ได้ให้แนวคิดว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นจำนวนมากมี กิจกรรมหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงนิยามคำว่า "cluster of tourism industries" ว่าหมายถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นลักษณะด้านท่องเที่ยว (set of tourism characteristic products) ซึ่งหมายความว่าหากปราศจากนักท่องเที่ยวแล้วก็จะไม่มีบริการดังกล่าว หรืออาจมีผู้ใช้บริการแต่ระดับจะลดลง

ด้านธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับทั้ง TSA:RMF2000 (UNSD, et.al,2001) ได้ จำแนกกิจกรรมหลัก 12 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้ คือ 1) ที่พัก 2) บ้านพักรับรอง 3) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม 4) การขนส่งทางรถไฟ 5) การขนส่งทางถนน 6) การขนส่งทางน้ำ 7) การขนส่งทางอากาศ 8) บริการสนับสนุนการขนส่ง 9) บริการเช่าอุปกรณ์โดยไม่มีผู้ควบคุม 10) การนำเที่ยว 11) บริการด้านวัฒนธรรม 12) บริการบันเทิง และกีฬา และสอดคล้องกับแนวคิดของ Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn (2009) กล่าวว่า ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า บริการ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ธุรกิจทางตรงหมายถึง ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจจำหน่ายที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง 2) ธุรกิจทางอ้อมหมายถึง ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ธุรกิจทางอ้อมผลิต สินค้าและบริการให้แก่ประชาชนโดยทั่วไปและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เช่น ธุรกิจการพิมพ์ ธุรกิจการเงิน ก่อสร้าง สาธารณสุข เป็นต้น

2. มิติประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณี พบว่ามีความสอดคล้องกับ Manat Suwan (2001). กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) ธรรมชาติ 2) ประวัติศาสตร์ ศาสนา 3) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสอดคล้องกับ Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn (2009) กล่าวว่า การแบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ 1) ประเทศธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเอง 2) ประเภทประวัติศาสตร์ และศาสนา เป็น

แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องที่เป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ และศาสนา 3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ ประเพณีที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดสืบทอดกันมา

3. มิติแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านการตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่น พบว่า มีความสอดคล้องกับ WTO. (2002). ได้กำหนด กรอบพัฒนาและบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ได้แก่ ตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่น และองค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ.ศ.2545 เป็นปีสากลว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้เกิดปฏิกิริยาตอบโต้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีสาระสำคัญคือ การร่วมมือของชุมชนท้องถิ่น เอกชนและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งหมดในการรักษาสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสอดคล้องกับ South Australian Tourism Commission. (2004). ได้วางแผนทางปฏิบัติสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ สะท้อนคุณค่าชุมชน มีเรื่องราวที่ดี สร้างศักยภาพของท้องถิ่น สร้างประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน และเพิ่มสัมผัสแห่งท้องถิ่นจากการออกแบบ

ด้านเน้นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน สอดคล้องกับ WTO. (2002) ได้กำหนดกรอบพัฒนาไว้ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เน้นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน รวมถึงสอดคล้องกับคณะกรรมการการท่องเที่ยวออสเตรเลียได้. (2004). ได้วางแผนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เพิ่มคุณค่า เพิ่มทุนประสบการณ์ ให้แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น และมีสุนทรียภาพ

ด้านการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สอดคล้องกับ WTO. (2002) ได้กำหนด กรอบพัฒนาไว้ได้แก่ ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เข้าใจพื้นที่ ทรัพยากร วิถีชีวิตท้องถิ่น รวมถึงคณะกรรมการการท่องเที่ยวออสเตรเลียได้. (2004) ได้วางแผนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มีความเข้าใจ และเป้าหมาย เกิดผลกระทบที่ดีต่อการอนุรักษ์

ด้านนำการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาทุกระดับ สอดคล้องกับ WTO. (2002) ได้กำหนด กรอบพัฒนาไว้ได้แก่ ผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ รวมถึงในปี 2545 องค์การสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดโลก World Summit on Sustainable Development ขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งได้นำไปสู่ พันธกรณีแผนปฏิบัติการ 21 เพื่อดำเนินงานการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กว้างขวางและมีผลในทางปฏิบัติยิ่งขึ้น ที่สำคัญเสริมสร้างจิตสำนึกเพื่อกระตุ้นให้ประชากรทั่วโลกตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทุกส่วนของสังคมของแต่ละประเทศต้องร่วมกัน เพื่อการพัฒนา และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ความเคลื่อนไหวดังกล่าว เป็นสิ่งที่ท้าทาย ในอันที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนให้ได้ภายในศตวรรษที่ 21 โดยต้องพยายามหาความ

ร่วมมือระหว่างกันให้มากขึ้นรวมทั้งเชื่อมโยงผลประโยชน์ในระดับ ท้องถิ่นและระดับประเทศเข้าด้วยกัน เพื่อลดช่องว่างระหว่างประเทศร่ำรวย-ยากจน อันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนรุ่นต่อไปในอนาคต

ด้านพัฒนาเป็นฐานข้อมูล สอดคล้องกับ WTO. (2002). ได้กำหนด กรอบพัฒนาฯ ได้แก่ พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบและตัดสินใจ และพ.ศ.2545 องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ.ศ.2545 เป็นปีสากล ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกิดปฏิกิริยาควิเบก เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ 1) รัฐต้องจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น รวมทั้งจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการศึกษาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมหรือนโยบายนั้น และให้ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมด 2) รัฐความแสวงหาความร่วมมือกับท้องถิ่น เอกชนและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งหมดในการรักษาสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) รัฐควรส่งเสริมให้มีความร่วมมือที่เหมาะสมและการประสานงานของทุกฝ่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการมีส่วนร่วมตัดสินใจ และควรมีการปรับเปลี่ยนกลไกทางงบประมาณและกฎหมายให้ เหมาะสมและเปิดโอกาสให้หลาย ๆ ฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

4. มิติกระบวนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการพื้นที่ สอดคล้องกับ คณะกรรมการวิชาการขอเสนอแนะ (2004) ได้วางแนวสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มีความเข้าใจและให้เกิดผลดีต่อการอนุรักษ์ และสอดคล้องกับ Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn (2009) กล่าวว่า การแบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามช่วงชั้นโอกาสเชิงนันทนาการ บนพื้นฐานและแนวความคิดของการวางแผน และการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว หลักการแบ่งนี้ใช้ ลักษณะทางกายภาพพื้นที่ (physical setting) ลักษณะทางสังคม (social setting) และลักษณะการ จัดการพื้นที่ (managerial setting)

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ WTO, et.al. (1996) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น และสอดคล้องกับBoonlert Chittangwattana (1999) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาสม่ำเสมอ เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมถึงสอดคล้องกับ Sunee Mallikamarl (2002) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง การดำเนินการใด ๆ ที่ทำให้เกิดความเจริญหรือมีการเปลี่ยนแปลงไป

ในทางที่ดี และมีลักษณะอยู่คงทนถาวร" หากนำไปใช้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดก็จะหมายถึง การทำให้กิจกรรมนั้นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่จะส่งผลต่อไปในอนาคต ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนา ก็จะต้องมีการจัดการสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย หลักการนี้นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ หลายด้าน

ด้านการบริการการท่องเที่ยว พบว่าสอดคล้องกับจรรยาบรรณการท่องเที่ยวของโลกนี้มีสาระสำคัญ 10 ประการ (United Nations & World Tourism Organization, n.d.) ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกัน ระหว่างชนชาติและสังคมต่าง ๆ 2) การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลและส่วนรวม 3) การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน 4) การท่องเที่ยวเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติและเป็น ผู้ช่วยเพิ่มพูนคุณค่าของมรดกดังกล่าว 5) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน 6) ผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว 7) จะต้องให้สิทธิในแก่คนทุกชั้นในการท่องเที่ยว 8) จะต้องให้เสรีภาพในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว 9) จะต้องให้สิทธิแก่คนงานและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 10) ผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ ตามหลักการของระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำนักการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้มีอิทธิพลอย่างมากในทางระหว่างประเทศที่ตระหนักถึง ความสำคัญของการพัฒนาของแต่ละประเทศภาคินสมาชิกสหประชาชาติจนถึงกับมีการจัด ประชุมสุดยอดโลก (United Nations Earth Summit) อีกครั้งในปี ค.ศ.1992 (พ.ศ. 2535) ที่กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ทำให้ได้มาซึ่งข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศภาคินสมาชิกสหประชาชาติในรูปของ หลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน (principle of sustainable development) ซึ่ง Suneel Mallikamarl (2002) เสนอว่า 14 หลักการสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมหลักการการพัฒนา อย่างยั่งยืน ทั้ง 14 ข้อนี้ ผู้วิจัยคิดว่าหลักการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว น่าจะมี 2 หลักการคือ การ จัดปัญหาความยากจน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งนี้เพราะ การพัฒนาการท่องเที่ยว ย่อมมีเป้าหมายสำคัญคือการแก้ไขปัญหาความยากจนเนื่องจากการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ท่องเที่ยวได้ และการจะพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ใดย่อม มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว และในปี พ.ศ. 2545 องค์การสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดโลกว่าด้วยการ พัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development) ขึ้นอีกครั้งหนึ่งที่นครโจฮันเนส เบอร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ระหว่างวันที่ 26 สิงหาคมถึง 4 กันยายน พ.ศ. 2545 ซึ่งได้นำไปสู่ พันธกรณี ของประเทศสมาชิกประมาณ 180 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยที่จะต้องสานต่อ แผนปฏิบัติการ 21 เพื่อดำเนินงานการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กว้างขวางและมีผลในทางปฏิบัติมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญ คือ

กำหนดให้ประเทศสมาชิกจะต้องบรรลุข้อตกลงในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนา แห่ง สหัสวรรษ (Millennium Development Goals [MDGs]) ร่วมกันให้สำเร็จภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) เพื่อผลของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อ ยกระดับคุณภาพชีวิตและจัดปัญหาความยากจนของคนในประเทศ

5. มิติแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ด้านการให้ความเคารพต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่าสอดคล้องกับ WTO. (2000). ได้จัดประชุมสุดยอดโลกว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (World Ecotourism Summit) เกิด ปฏิญญาควิเบก เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Quebec Declaration on Ecotourism) ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ 1) รัฐต้องจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น รวมทั้งจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนา ที่ยั่งยืน ให้มีการศึกษาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมหรือนโยบายนั้น และขยายหลักการให้ ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมด 2) รัฐควรรักษาความร่วมมือกับท้องถิ่น เอกชนและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งหมดในการรักษาสีงแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) รัฐควรส่งเสริมให้มีความร่วมมือในระดับที่เหมาะสมและให้การประสานงาน ของทุกฝ่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการเข้ามามีส่วน ร่วมในการตัดสินใจ และที่สำคัญควรมีการปรับเปลี่ยนกลไกทางงบประมาณและกฎหมายให้ เหมาะสมและเปิดโอกาสให้หลาย ๆ ฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และในปี พ.ศ. 2545 องค์การสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดโลกว่าด้วยการ พัฒนาที่ยั่งยืน ขึ้นอีก ทำให้เกิดแผนปฏิบัติการ 21 เพื่อดำเนินงานการพัฒนาที่ยั่งยืนและมีผลในทางปฏิบัติยิ่งขึ้น เสริมสร้างจิตสำนึกเพื่อกระตุ้นให้ประชากรทั่วโลกตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยทุกส่วนของแต่ละประเทศต้องร่วมกันเพื่อการพัฒนา และรักษาสีงแวดล้อมเพื่อเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ถือเป็นความท้าทายในอันที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนให้ได้ภายในศตวรรษที่ 21 โดยต้อง พยายามหาความร่วมมือระหว่างกันให้มากขึ้นเพื่อลดช่องว่างระหว่างประเทศร่ำรวย-ยากจน อันจะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ด้านการให้ความมั่นใจในการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง พบว่าสอดคล้องกับ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNEP & WTO, 2005) ได้เสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะต้องให้ ความมั่นใจในการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง มีการกระจายผลประโยชน์ ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจให้แก่ผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งรวมไปถึงการจ้างงาน อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ท้องถิ่นมีรายได้และรายรับบริการทางสังคม และเป็นการลดระดับความยากจน

ด้านการกระจายผลประโยชน์ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ พบว่ามีความสอดคล้องกับ WTO. (2000). ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ในการเป็นเครื่องมือที่จะช่วยแก้ไขปัญหาความยากจนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา จึงได้ให้ความเห็นชอบระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการ

6. มิตรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานสองฝั่งโขงอย่างยั่งยืน ด้านการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทาง พบว่าสอดคล้องกับ Lewis และ Owtram (1986) กล่าวว่า 1) ความน่าสนใจของจุดหมาย (destination) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ความสวยงาม สถานที่ ทิวทัศน์ กิจกรรมต่าง ๆ และภูมิอากาศ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหาร ที่พัก และนันทนาการ 3) ความสามารถในการเข้าถึง (accessibility) ค่าใช้จ่ายและเวลา และสอดคล้องกับ UNESCAP, 2001c ได้เสนอว่าโครงสร้างพื้นฐานที่ควรดำเนินการโดยภาครัฐได้แก่ 1) ระบบคมนาคม ได้แก่ การบินภายในประเทศและการบินระหว่างประเทศ สนามบิน โครงข่ายถนน ระบบขนส่งทางน้ำ 2) การจัดการเรื่องน้ำ ทั้งระบบน้ำประปาและระบบชลประทาน 3) ไฟฟ้าและพลังงาน 4) ระบบการจัดการของเสีย ทั้งระบบกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย 5) ระบบสื่อสาร ทั้งระบบโทรคมนาคมและไปรษณีย์ 6) ระบบการควบคุมมลภาวะ ได้แก่ การออกข้อบังคับต่าง ๆ และการควบคุม

ประเทศอินเดียซึ่งมีทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและการท่องเที่ยวเป็น อุตสาหกรรมที่นำเงินตราเข้าประเทศเป็นอันดับ 3 แต่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวได้อย่างจำกัด ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดของระบบโครงสร้างพื้นฐาน ตั้งแต่ มีสนามบินไม่เพียงพอและสนามบินขาดสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนที่นั่งผู้โดยสารทางอากาศ มีจำนวนจำกัด ทั้งการเดินทางภายในประเทศและต่างประเทศ โครงข่ายคมนาคมขนส่งทางบกไม่เพียงพอ จำนวนที่พักแรม ร้านอาหาร มีจำนวนจำกัด

ด้านการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่าสอดคล้องกับ Rung Kanchanawit (2000) ได้วิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ว่าทั่วโลกมีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน นอกจากนี้ปัจจัย 3 อย่าง sun/sand/sea นั้น จะไม่ใช่อิทธิพลหลักต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว แต่จะเกิด 3S ในรูปแบบใหม่คือ S-Security หมายถึงความปลอดภัยที่รวมถึงความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และภัยธรรมชาติ s-Sanitation หมายถึงความสะอาดปราศจากโรคและ มลพิษทางอากาศ น้ำดื่ม และสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ และ S-satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจใน ประสบการณ์ท่องเที่ยว

ความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งแยกออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก

ร้านอาหาร เป็นต้น (2) สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ ได้แก่ ร้านขายของ นันทนาการ ศูนย์บริการ ข้อมูลท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวกเสริม ได้แก่ บริการด้านสุขภาพ บริการเป็นต้น

ด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว พบว่าสอดคล้องกับ Santi Chudintra (1987) ได้เสนอว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถ ขอบเขตในการรับปริมาณนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากขีดความสามารถในการรับรองทางเศรษฐกิจ ทางกายภาพ และนิเวศวิทยา รวมทั้งความสามารถในการรองรับตามความรู้สึก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร ระบบ โทรคมนาคมสื่อสาร การจัดสร้างทางเดินที่เหมาะสม สำหรับคนพิการไฟฟ้า ประปา การจัดการ ขยะมูลฝอย เป็นต้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังจะต้องมี แผนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น การลดปริมาณของเสีย ขยะ นำกลับมาใช้ใหม่หรือ แปรรูป การอนุรักษ์และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในแหล่งท่องเที่ยว และในอดีตที่ผ่านมาการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยเน้น ความสำคัญเชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก และให้ความสำคัญต่อผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อ สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมเป็นอันดับรอง ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกิด จากการท่องเที่ยวทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายไม่ว่าทั้งภาครัฐและเอกชนระดับถึง ความสำคัญของการ จัดการทรัพยากรท่องเที่ยวที่รักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเพื่อ การพัฒนาที่ยั่งยืน (WTO, 2004a) รูปแบบของการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงมีลักษณะที่ เน้นการจัดการ ท่องเที่ยวแบบใหม่เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องสถานที่ (place) และภูมิภาค (region) เป็นเรื่องได้รับความสำคัญ จากนักภูมิศาสตร์และนักสังคมศาสตร์มานานแล้ว Agnew. (1987). อย่างไรก็ตามทางด้าน การท่องเที่ยวเพิ่งจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้เมื่อไม่นานมานี้เอง ทั้งที่ศักยภาพของสถานที่ที่มีผล อย่างมากต่อการท่องเที่ยว (Cole, Duval & Hal, 2004) Kotler et al. (1993) พบว่าภาครัฐและ ภาคเอกชนได้เล็งเห็นความสำคัญของสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาในระดับภูมิภาค และ ส่งเสริมการ และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สถานที่ในปี พ.ศ.2546. นายกเทศมนตรีนครนิวยอร์ก ได้ประกาศหาคนดำรงตำแหน่งหัวหน้า เจ้าหน้าที่การตลาดของเมือง (City Chief Marketing Officer) ซึ่งมีหน้าที่ในการทำให้นคร นิวยอร์กมีลักษณะเหมือนตราสินค้า (Kleinfeld, 2003)

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (brand equity) มีลักษณะหลายมิติ ตั้งแต่ประสิทธิภาพของ สินค้า ภาพลักษณ์ทางสังคม คุณค่าของสินค้า ความน่าเชื่อถือ และลักษณะจำเพาะของสินค้า (Lassar et al., 1995) ได้มีงานวิจัยหลายเรื่องเกี่ยวกับการใช้ ชื่อประเทศ ชื่อของภูมิประเทศ ให้มี ลักษณะเหมือนตราสินค้า Shimp & Saeed (1993) ได้ให้คำจำกัดความของภาพลักษณ์ ตราของ ประเทศ

(country equity) ว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกเชื่อมโยงตราของสินค้าเข้ากับประเทศ ที่ผลิตสินค้านั้น ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ตราของประเทศที่ผลิตสินค้านั้น (Wang & Lamp, 1983; Cornell, 1993; Agbonifoah & Elimimiam, 1999) สินค้าที่บ่งบอกว่า "Made in Japan", "Made in Germany", "Made in Switzerland" ได้รับความเชื่อว่าเป็น สินค้าที่มีคุณภาพ เนื่องจากประเทศที่ผลิตสินค้าเหล่านี้มีชื่อเสียงในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม

เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ Holloway & Plant (1992) เสนอว่าการดำเนินการด้านการตลาดของสินค้าบริการจะต่างจากสินค้าทั่วไป ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการจึงต้องมีมากกว่าส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของสินค้าทั่วไป ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าบริการประกอบด้วย 7 P's คือ product (สินค้า) price (ราคา) place (ช่องทางการจำหน่าย) promotion (การส่งเสริมการตลาด) people (บุคลากร) process (ขั้นตอนในการให้บริการ) และ physical evidence (ภาพลักษณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ และ เป็นส่วนเพิ่มความมั่นใจแก่ลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ)

AMAZING THAILAND ซึ่งดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นตัวอย่างของการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวระดับประเทศที่ ประสบผลสำเร็จจากการที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ (Jantararat & Williams, 2000) ประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้วิกฤตเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากการลดค่าเงินบาท และ ในปี พ.ศ.2541 ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์และในโอกาสที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในปี พ.ศ.2542 รัฐบาลไทยจึง ได้กำหนดให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยและให้ชื่อว่า ปี AMAZING THAILAND 1998-1999 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยแก้ปัญหาเศรษฐกิจและเพิ่ม เงินตราต่างประเทศ ยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ และวางตำแหน่ง ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยเน้นในกิจกรรมที่จะเผยแพร่ชื่อเสียง วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามของไทย ให้ชาวโลกได้รับรู้ โดยมี ททท. เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน ผลสรุปจากการดำเนินงานพบว่าสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 2 ปี เป็นจำนวน 17 ล้านคน (เพิ่มร้อยละ 7 ในปี 2541 และร้อยละ 10.5 ในปี 2541) และได้เงินตราต่างประเทศ 5 แสนล้านบาท (เพิ่มร้อยละ 9.7 ในปี 2541 และร้อยละ 11.4 ในปี 2542)

ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น พบว่าสอดคล้องกับ (Gee, Makens & Chou, 1989, TSA, 2000) Leiper (1979) ได้เสนอว่า จะต้องมอง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมที่เป็นระบบซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ย่อยที่หลากหลาย นักวิชาการและ

นักวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการประสานงานกับ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ในอดีตมักมองการท่องเที่ยวเฉพาะแต่ทางด้านบวกแต่ชุมชนเจ้าของพื้นที่ ทำให้ละเลย ที่จะคำนึงผลกระทบทางด้านลบของการท่องเที่ยว การให้ความสำคัญต่อผลกระทบทางด้าน ลบของการท่องเที่ยวทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เริ่มได้รับความสนใจตั้งแต่ช่วงปลายของ ทศวรรษ 1970 (ประมาณ พ.ศ. 2513) เป็นต้นมา (Taylor and Martin, 1988; Suree Boonyanupong, 1996) ซึ่งมีผลทำให้เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการวางแผน การพัฒนาการท่องเที่ยว (Ryan & Montgomery, 1994; Simmons, 1994, Singh et.al., 2003) Murphy (1985) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนและให้ ความสำคัญต่อบทบาทของชุมชนในการควบคุมกระบวนการวางแผน Harvey (1988) เสนอว่าใน ยุคโลกไร้พรมแดนอุดมการณ์ท้องถิ่น สถานที่ และชุมชน จะเป็นตัวก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมของ ชุมชนท้องถิ่นเพื่อที่จะเป็นตัวต่อต้านภัยคุกคามจากภายนอกของระบบเศรษฐกิจโลก Kotler, Harder & Rein (1993) เสนอว่าการที่สถานที่จะสามารถพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้นั้น ประชาชนรวมทั้งนักธุรกิจที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้น ต้องมีความพึงพอใจในชุมชนของตนเอง และ พัฒนาให้สถานที่นั้นสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักลงทุนได้

Hall & Shaw. (1995) ภาครัฐมีโครงสร้างที่ใหญ่กว่าภาคเอกชนทำให้ไม่สามารถสนองความต้องการของประชาชนได้เร็วเท่าภาคเอกชน โครงสร้างของภาครัฐมักจะเป็นอุปสรรคในการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว นอกจากนี้จากการศึกษาของ Goodwin (1993) พบว่าในบางกรณีหน่วยงานของภาครัฐกับการเป็นตัวปัญหาเสียเองนักวิชาการ โดยทั่วไปจึงให้ความสำคัญต่อบทบาทของภาคเอกชนในกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งความร่วมมือของธุรกิจภาคต่าง ๆ ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่งจะได้รับความสำคัญเมื่อไม่นานมานี้ อย่างไรก็ตามจากการศึกษา ของ Hall & Jenkins. (1995) พบว่าตัวแทนของภาคเอกชน อาทิเช่น หอการค้าและสมาคม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มักจะเป็นกลุ่มชั้นนำในกระบวนการวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของประชาชน นับว่าเป็นปัจจัยอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการ พัฒนา ดังนั้นหากจะให้พื้นที่ใดมีการพัฒนา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนแล้วประชาชน ย่อมจะมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนา เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่ จะได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากผลพวงของการพัฒนา ซึ่ง Suneel Mallikamart (2002) เถา คือแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นแนวคิดที่เกิดและอยู่เคียงคู่กับการ ปกครองระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากระบบการปกครองถือว่าอำนาจอธิปไตย ซึ่งเป็นอำนาจอ สูงสุดในการ

ปกครองประเทศนั้นมาจากประชาชน และ United Nations ระบุว่าความร่วมมือ ด้วยการเข้าร่วมอย่างมีความกระตือรือร้น มีพลังของประชาชน ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดการทรัพยากร เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น และเป็นการปฏิบัติ ตามแผนการหรือโครงการด้วยความสมัครใจ

การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น Sunee Mallikamarl (2002) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมี 2 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในระดับต่ำ หมายถึง หน่วยงานรัฐเป็นฝ่ายริเริ่ม คิดตัดสินใจ ให้มีโครงการหรือกิจกรรมขึ้นมา และเห็นว่าสมควรที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมดำเนินการด้วย จึงได้แจ้งและมอบหมายให้ประชาชนเข้าดำเนินการ (top-down approach) การมีส่วนร่วมในระดับนี้ จึงมีลักษณะเป็นการสั่งการจากรัฐลงสู่ประชาชน ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมที่มีได้เกิดจากความต้องการของประชาชน จึงมีความไม่ยั่งยืนและมักจะเลิกล้มไปในเวลาไม่ช้านัก การมีส่วนร่วมของประชาชนในอีกระดับหนึ่ง คือ การมีส่วนร่วมในระดับสูง หมายถึง ประชาชนเป็นฝ่ายคิดริเริ่ม ตัดสินใจ และดำเนินโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ (bottom-up approach) หลังจากนั้น จะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพสูง เพราะเกิดจากความต้องการของประชาชนเอง ในการวิจัยครั้งนี้จะมีองค์ความรู้ใหม่ คือ การจัดพื้นที่ให้เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และรูปแบบ การท่องเที่ยวที่เหมาะสมและยั่งยืน ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมของ ประชาชน ลักษณะของการมีส่วนร่วมในระดับสูงจึงมีความสำคัญที่จะทำให้การบริหารจัดการ พื้นที่ท่องเที่ยวเกิดจากความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว รวมถึงทุก ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นแนวคิดที่นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย สมมติฐานและระเบียบวิธีวิจัย สำหรับการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สามารถนำไปเป็นแบบแผนและยุทธศาสตร์ต่อหน่วยงาน องค์กรส่วนท้องถิ่นในการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้
2. สามารถนำไปเป็นต้นแบบของยุทธศาสตร์ในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้
3. สามารถนำไปเป็นแผนยุทธศาสตร์ภาครัฐในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

- 1.สามารถนำตัวชี้วัดไปพัฒนาทดลองรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้
2. สามารถพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เพื่อนำตัวชี้วัดไปสร้างรูปแบบการจัดการด้านอื่น ๆ ได้
3. สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการเขียนหนังสือ ตำรา เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ และสร้างองค์ความรู้ต่อสาธารณชนอย่างกว้างขวางต่อไปได้

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องไว้ล่วงหน้าและนัดหมายกันอย่างเป็นทางการหรือลายลักษณ์อักษร เพราะการประสานงานในการเก็บข้อมูล และขอความร่วมมือเป็นไปค่อนข้างยากลำบากมาก ทั้งนี้ทั้งนั้น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องอาจไม่ตระหนักและไม่เข้าใจถึงความสำคัญของงานวิจัย

2. ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะต้องอธิบายเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กระจ่างชัด และคอยกำชับควบคุมในการเก็บข้อมูลอย่างเคร่งครัด เพราะบางครั้งกลุ่มเป้าหมายอาจไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการกรอกข้อมูลที่เป็นจริง ซึ่งอาจทำให้ผู้วิจัยไม่ได้รับข้อมูลทางการวิจัยอย่างแท้จริง

References

- Agbonifoh. B. A. & Elimimiam, (1999). “J. U. Attitudes of developing countries towards country-of-origin products in an era of multiple books”. *Journal of International Consumer Marketing*, 11 (4): 97-116.
- Agnew, J. (1999). *Place and politica*. Boston: Allen & Unwin.
- Boonlert Chittangwattana , (1999). *Sustainable tourism development*. Chiang Mai: Faculty of Humanities.
- Chatchapon Songsoonthornwong. (2004). *Human and environment*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Cole, Dual & Hal. (2004). *Tourism, mobility and global communities: New approaches to theorizing tourism and tourist spaces*. Tej Vir Singh-2015- Business & Economics.
- Cornell, V. (1993). *Interaction effects of country-of-origin with branding, price, and Perceived performance risk*. *Journal of International Consumer Marketing*. 5 (2), 5-16.
- Department of Culture, Media & Sport. (1999). *Tomorrow 'S tourism: A growth industry toe the new Millennium*. London: Department of Culture, Media & Sport.

- Gee, C. Makes C., & Choy, D. (1989) *The travel industry. (2nd Ed.)*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Goodwin. (1993). *Revolutions: A Worldwide Introduction to Political and Social Change*.
[Online]
<https://journals.linguisticsociety.org/elaanguage/pragmatics/article/view/165.html>
.[January 7, 2019]
- Hall & Shaw. (1995). "An empirical test of a theoretical model of problem-solving",
Journal of Customer Behaviour, 16 (4):371-393.
- Hall, C. M. & Jenkins. (1995). *Tourism and public policy*. London: Routledge.
- Harvey, D. (1889). "Voodoo cities". *New Statesman and Society*. 30 (September).
33-35.
- Holloway, J. C & Plant, R. V: (1992). *Marketing for tourism. 2nd ed.*. London: Pittman Publishing,
- Jantarat, J. & Williams, L. (2000). *Preconditions for successful collaborative tourism marketing: The critical role of the convener* In K. S. (Kaye) Cheon (Ed.),
Tourism in Southeast Asia: A new direction. (pp. 123-137). Binghamton:
Haworth Hospitality Press.
- Jarinya Charoensuksai and Suwat Juthakorn. (2009). Tourism concept. In the
teaching document of the course at 1-7:Introduction to the Tourism
Industry, Unit 2. Nonthaburi:Sukhothai Thammathirat Open University.
- Jaruayporn Thoranin, (2002). *Trends and directions of education under National
Education Act 1999 and its revision 2002*. Lectures on political
development, teachers and administrators, 1998.
- Joint Commission on Thai-Lao Cooperation. (2015). Thai-Lao cooperation. [Online]
<http://vientiane.thaiembassy.org/th/news/?ID=7> [8 September 2015]
- Kleinfeld, N. R. (2003). *Battery pack, get ready for the bunny: branding in New York
is just the beginning*. New York Times: A29.
- Kotler, P., Haider. D. H. & Rein, I. (1993). *Marketing places: Attracting investment
industry. And tourism into cities, states, and nations*. New York: Free Press,

- Lassar, W. (1995), *Mortal, B. & Sharmar, A. Measuring customer-based brand equity.* Journal of Consumer Marketing, 12 (4):11-19.
- Leper, N. (1979). "The framework of tourism: Toward a definition of tourism and tourism. Industry". *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 390-407.
- Lewis, B. & Owtram, M. (1986). *Customer satisfaction with package holidays. In B. Moores (Ed.), Are they being served?.* (pp. 201-213). Oxford: Philip Allan Publishers.
- Manat Suwan (2001), *A complete report, a study project to create a quality index of tourist attractions..* Chiang Mai University.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach.* New York: Methuen.
- Potchana Boonkhum. (2007), *Guidelines for the development of eco-tourism at Wat Klang Khu Wiang Floating Market, Nakhon Pathom Province.. Master's Thesis :* Srinakharinwirot University.
- Rung Kanchanawiro, (2000), *21st century tourism trends. Travel brochures*, 19 (1): 4-7.
- Ryan, C., & Montgomery, D. (1994). "The Attitudes of Bakewell Residents to Tourism and Issues in Community Responsive Tourism". *Tourism Management*, 15(5), 358-369
- Santi Chudintra, (1987), *Carrying capacity: the ceiling for the development of tourist attractions that must be focused on the present, Travel Business Journal*, 6 (4), 37-39.
- Shimp, T. A. & Sawed, S. (1993). "Countries and their products: a cognitive structure perspective". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21 (4): 323-330.
- Simmons, D. (1994). "Community participation in tourism planning". *Tourism Management*, 15 (2): 98-108.
- Singh, S. (2003). Timothy, D. & Dowling, R. (Ed's.). *Tourism in destination communities.* Wallingford: CABI Publishing.
- South Australian Tourism Commission. (2004). *South Australian Tourism Commission.* [Online] tourism.sa.gov.au. [January 7, 2019]
- Sunee Mallikamarl, (2002), *National Environmental Quality Promotion and Conservation Act 1992 : A Case Study of the US National Environmental Policy*

- Law and Japan's Fundamental Environmental Law*. Bangkok: Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute.
- Suree Boonyanupong, (1996), *Impact of Tourism Promotion: A Case Study of Mae Hong Son Province, Chiang Mai*: The social research institute :Chiang Mai University.
- Taylor, C. & Martin, S. (1998). *Tourism In Thailand one step forward or two steps back?: A study in economic, social, and cultural implication*. (Available from the Main Library, Chang Mai University, Chiang Mai, 50200).
- TSA: RMF. (2000). *Recommended Methodology Framework*. [Online] abs.gov.au/ausstats/abs@nsf/mf/5249.0.55.002. [January 7, 2019]
- UNEP & WTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable*. [Online] www.e-unwto.org. [January 7, 2019]
- Wang, C. K. & Lamb, C. W. (1983). "The impact of selected environmental factors upon consumers' willingness to by foreign products". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 11 (1): 71-84.
- Wanna Wongwanich, (2003), *tourism geography*. 2nd EDITION, Bangkok: Thammasat University
- World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. (2002). *World Ecotourism Summit - Final Report*. Madrid, Spain.
- World Travel & Tourism Council. (2003). *Blueprint for new tourism*. London: World Travel & Tourism Council.
- WTO. (2000). *Public-private sector cooperation: Enhancing tourism competitiveness*. Madrid: WTO.
- WTO. (2004a.) *Indicators for sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: WTO.
- WTO.et.al (1996). *World Tourism Organization, and the Earth Council.AGENDA 21 for the Travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*. Madrid, London, and Washington DC.

