

บทที่ 2

ผลงานวิจัยและงานเขียนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัฒนธรรมไทยพวน ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี มีผลงานวิจัยและงานเขียนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว
- 2.4 บริบทข้อมูลพื้นที่ศึกษา
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) มีนักวิชาการและหน่วยงานหลายท่านให้นิยาม โดยการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยสามด้านเป็นต้นไป ได้แก่ การเดินทาง การพักผ่อน และการรับประทานอาหารนอกบ้าน

นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2533) ได้กำหนดนิยามการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช้เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ตามข้อตกลงของนักวิชาการทางการท่องเที่ยวโดยองค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO) หรือองค์การการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน ได้ใช้ข้อสรุปจากการประชุมของสหประชาชาติ (United nation) ว่า ด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ซึ่งกำหนดว่าการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ (สุวัฒน์ จูธากรณ์, 2555)

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่าง ๆ แก่ นักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดการที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจำหน่ายตั๋ว หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้ายคือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว (ซูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546, หน้า 2) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีการจำแนกประเภทผู้เดินทาง โดยที่ประชุมองค์การสหประชาชาติว่าด้วยการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 (Word tourism organization, 1996) ได้จำแนกประเภทผู้เดินทางออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะและวัตถุประสงค์การเดินทางดังนี้

1. กลุ่มที่รวมอยู่ในสถิติการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อธุรกิจ เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการประกอบกิจประมุข เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อกิจกรรมทางศาสนา เพื่อการศึกษา ฯลฯ แต่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ณ สถานที่นั้น ซึ่งรวมเรียกว่า “ผู้มาเยือน” (visitor)

โดยผู้มาเยือน จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการเยือนและการพักค้างคืน ณ สถานที่ไปเยือนนั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้สามารถแยกผู้มาเยือนออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี (Word tourism organization / United nations, 1993) ซึ่งได้แก่

- ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ไปเยือน (nonresidents)
- ผู้ที่มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้นแต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนักอยู่ ณ สถานที่ไปเยือนนั้นแล้ว เช่น คนที่มีสัญชาติไทย แต่ไปอาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกา แล้วเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย (Non Thai residents หรือ overseas Thai) เป็นต้น
- ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่เยือน ซึ่งเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

2. นักทัศนาจร หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพำนักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน ซึ่งได้แก่

- ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเดินสมุทร (cruise passenger) ซึ่งมาแวะพักชั่วคราวและไม่ได้พักค้างคืน
- ผู้มาเยือนที่จากสถานที่ที่นั่นไปและกลับภายในวันเดียวกัน (same-day visitor)

- ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้น และแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

จำแนกตามถิ่นพำนักของผู้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกผู้มาเยือนได้ 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ผู้มาเยือนขาเข้า (inbound visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศ และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งรวมถึงคนที่มีสัญชาติของประเทศนั้นด้วย หากแยกคนสัญชาติประเทศนั้นออกจะเรียกว่าผู้มาเยือนนานาชาติ (international visitor)

2. ผู้มาเยือนขาออก (outbound visitor) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่ง ซึ่งรวมคนที่มีสัญชาติอื่นด้วยและเดินทางออกไปยังประเทศอื่น

3. ผู้มาเยือนภายในประเทศ (domestic visitor) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศ และเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น นอกจากนี้กลุ่มผู้มาเยือนขาเข้าและกลุ่มผู้มาเยือนภายในประเทศ (internal visitor) ก็ได้

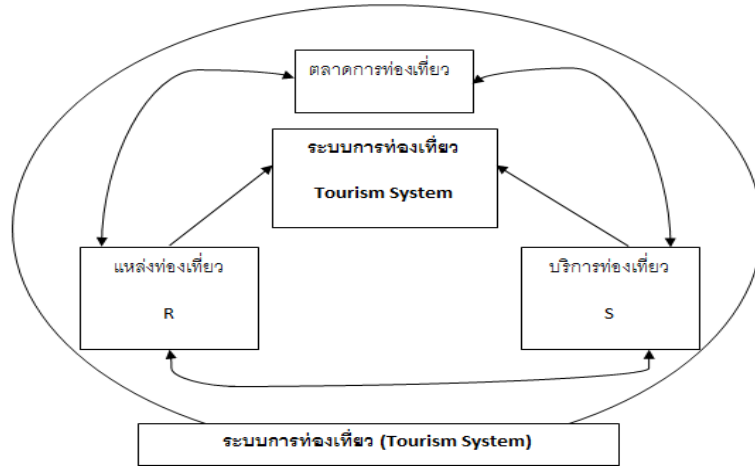
2. กลุ่มที่ไม่รวมอยู่ในสถิติการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางไปเพื่อประกอบอาชีพหรือแสวงหาผลประโยชน์ในสถานที่นั้น ๆ ได้แก่ คนงานตามชายแดน ผู้เร่ร่อน ผู้อพยพ ทหารต่างชาติที่เข้ามาประจำการ เจ้าหน้าที่กงสุล เจ้าหน้าที่ทางการทูต ผู้ย้ายถิ่นชั่วคราว ผู้ย้ายถิ่นถาวร และผู้โดยสารผ่าน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรง และจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอก โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น ๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น

สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคม และ วัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ดังแสดงในรูปภาพประกอบ



ภาพที่ 2.1 ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

ที่มา: สมบัติ กาญจนกิจ, 2544

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรสำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply) ซึ่ง Peters (1969) (อ้างอิงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นห้าประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (Scenic attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นสามประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ

ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

โคลเลียร์ และฮาร์เวย์ (อ้างอิงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2542) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ

1. การขนส่ง (transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่งการท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2. ที่พัก (accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เรือนแรม (guest house)

3. กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณต่าง ๆ สิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการ

4. การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2554, สื่อออนไลน์) ได้ให้ความหมายแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สะสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมสิ่งๆที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย โดยนักท่องเที่ยวจะได้ทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเข้าไปสัมผัสและเข้าร่วมวิถีชีวิตดั้งเดิมที่กำลังสูญหายไป เพื่อให้เข้าใจถึงความเป็นมา วิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรมประเพณี และงานเทศกาล เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งใจในวัฒนธรรมของชุมชน นั้น ๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคลวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านสร้างรายได้ และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และได้ระบุนโยบายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 4 ประการ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยววันั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรม และได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี แลผู้คนของตนเองด้วย

กระทรวงวัฒนธรรม (2555) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี โดยประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 4 ประเภท ได้แก่

1. มรดกโลก หมายถึง สิ่งที่ยังบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติ หรือธรรมชาติสร้างขึ้นมา ควรแก่การอนุรักษ์ปกป้องให้ตกทอดไปยังชนรุ่นหลัง และเป็นสิ่งที่ทุกคนในโลกปัจจุบันนี้เป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ มรดกแห่งความทรงจำของโลก มรดกโลกทางวัฒนธรรม และมรดกโลกทางธรรมชาติ

2. อุทยานประวัติศาสตร์ หมายถึง บริเวณที่มีหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยใดสมัยหนึ่งของประเทศ หลักฐานและความสำคัญดังกล่าวอาจเป็นทางวัฒนธรรม การเมืองและสังคมวิทยาก็ได้

3. พิพิธภัณฑ์ คือ หน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัยสื่อสาร และจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา มีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า การศึกษาและความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม สิ่งซึ่งสงวนรักษาและจัดแสดงนั้นไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุ แต่ได้รวมถึงสิ่งที่มีชีวิตด้วย โดยรวมไปถึงสวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่สงวนสัตว์น้ำและสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวนอื่น ๆ รวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง

4. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเมืองขนาดใหญ่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้น เช่น พระราชวัง หรืออาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

5. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ประกอบด้วยสภาพภูมิอากาศ ทิวทัศน์ที่สวยงาม และสัตว์ป่า

กระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

สายันต์ ไพรชาญจิตร (2548, 2550, อ่างอิงใน เปลวเทียน เจษฎาชัยยุทธ์, 2553) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมประกอบไปด้วยกิจกรรม 8 ลักษณะ ด้วยกันคือ

1. การศึกษาวิจัย หรือการสร้างความรู้ (Resource Research : RR) เพื่อให้เกิดความรู้ที่แท้จริงเกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรมที่ต้องการศึกษาในท้องถิ่น ทั้งในเชิงกายภาพ เชิงปริมาณ เชิง

คุณภาพ ประวัติศาสตร์ ประโยชน์ใช้สอยในอดีต คุณลักษณะทางนามธรรม และศักยภาพ คุณค่า ข้อจำกัด ของทรัพยากรนั้น ๆ ต่อชุมชนปัจจุบันในระดับต่าง ๆ

2. การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากร (Resource Valuing and Appraisal : RVA) เป็นกิจกรรมที่จะช่วยให้สามารถทราบว่าทรัพยากรนั้น ๆ มีคุณค่าทางด้านใดบ้าง และมีคุณสมบัติเหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนลงแรงดำเนินการใด ๆ ต่อไปหรือไม่ เพราะหากพิจารณาแล้วพบว่ามีความค่าน้อยหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการอนุรักษ์หรือพัฒนา ก็อาจจะตัดสินใจลงทุนลงแรงดำเนินการใด ๆ ต่อไปหรือไม่ เพราะหากพิจารณาแล้วพบว่ามีความค่าน้อย หรือไม่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการอนุรักษ์หรือพัฒนา ก็อาจจะตัดสินใจไม่ดำเนินการใด ๆ ต่อไปก็ได้ หรือพิจารณาแล้วว่าทรัพยากรนั้น ๆ มีคุณค่าและมีคุณสมบัติเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการดำเนินการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ในฐานะเป็นแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวก็จะสามารถตัดสินใจและวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อไปจึงจะเกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อชุมชนท้องถิ่น สังคม และประเทศโดยรวม นอกจากนี้ การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากรวัฒนธรรมจะช่วยให้มีฐานข้อมูลของทรัพยากรเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาอื่น ๆ ได้

3. การอนุรักษ์ (Resource Conservation Within Use : RCU) หมายถึง การคงไว้ซึ่งสภาพทางกายภาพและคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การทัศนศึกษา หรือการท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ ตามความเหมาะสมในสภาพแวดล้อมของทรัพยากรวัฒนธรรมแต่ละประเภทแต่ละแห่ง รวมไปถึงการสร้างและการบังคับใช้กฎเกณฑ์ข้อปฏิบัติและข้อห้ามต่าง ๆ เพื่อสนองต่อความประสงค์ที่จะทำให้ทรัพยากรวัฒนธรรมคงอยู่ และชุมชนสามารถใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมให้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

4. การจัดการความรู้เรื่องทรัพยากร (Resource-Base Knowledge Management : RKM) โดยการสร้าง จัดระบบ จัดแสดง เผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ให้แก่คนหมู่มาก หรือมหาชนในชุมชน นอกชุมชน และสาธารณชน กิจกรรมการจัดการความรู้เป็นปฏิบัติการสำคัญในกระบวนการเรียนรู้และการจัดการศึกษา ซึ่งนอกจากการจัดแสดงแล้วก็สามารถจัดให้มีสิ่งพิมพ์ หนังสือ เอกสาร หรือสื่อต่าง ๆ ออกเผยแพร่ โดยการจำหน่ายหรือให้เปล่า ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของกลุ่มคน และองค์กรที่จัดการในการจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ หรือข้อมูลต่าง ๆ จะเชื่อมโยงกับการจัดการเชิงธุรกิจชุมชน

5. การฟื้นฟู ผลิตซ้ำ และสร้างใหม่ (Resource Rehabilitation / Revitalization : RRehab/RRevit) เป็นการสร้างความหมาย คุณค่า และกำหนดบทบาทและหน้าที่ใหม่ให้กับทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์ในบทบาทใหม่ (Re-Functioning) เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาด้านสังคมวัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี เศรษฐกิจ และปัญหา

ความยากจนของชุมชนท้องถิ่น หรือสร้างประโยชน์ใหม่ทางการเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับการจัดการศึกษาในทุกรูปแบบ เป็นต้น ย

6. การใช้กฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติ ข้อบัญญัติในการควบคุมและป้องกัน (Resource Regulation Control : RRegC) ซึ่งอาจจะเป็นข้อตกลงของชุมชน กลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ องค์กร ประชาชนหรือข้อกำหนดที่กำหนดโดยรัฐก็ได้ แต่การบังคับใช้จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น เอื้ออำนวยต่อการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และเป็นคุณต่อทั้งชุมชนท้องถิ่น และต่อตัวทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วย

7. การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรม (Resource-Based Community Business : RCB) ซึ่งในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่ปฏิเสธไม่ได้ว่ามีความจำเป็นต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการจัดการ เนื่องจากเราอยู่ในกระแสการพัฒนาแบบทุนนิยมเสรี ที่มีการคิดเรื่องลงทุน-ขาดทุน-กำไรอยู่ตลอดเวลา แม้ว่าในกรอบคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนและแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงจะพยายามไม่ให้คิดเรื่องกำไร-ขาดทุนมากนัก แต่ในการจัดการจะต้องมีค่าใช้จ่ายตลอดเวลา ในระยะเริ่มต้นคงจะไม่มีใครเสียสละลงทุนลงแรงในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมโดยไม่มีทุนที่เป็นเงิน หรือวัตถุดิบของได้เป็นเวลานาน ๆ ดังนั้น กิจกรรมเชิงธุรกิจจึงมีความสำคัญในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างรายได้โดยการจัดพิมพ์หนังสือ เอกสาร ภาพโปสเตอร์ จัดทำของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ที่เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนออกจำหน่าย การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการนำชม การให้บริการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เก็บค่าธรรมเนียมจากผู้เข้าร่วม และการขอรับการสนับสนุนจากองค์กรการกุศล ภาคธุรกิจเอกชน และองค์กรระหว่างประเทศด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

8. การสร้างเครือข่ายขยายความร่วมมือและสร้างกัลยาณมิตร (Networking & Friend-Making : RNet) ด้วยเหตุที่ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนร่วมและมีอยู่อย่างมากมาย มีผู้เกี่ยวข้องเป็นเจ้าของร่วมกันหลายกลุ่มหลายฝ่าย ทั้งคนในชุมชนท้องถิ่น คนในภาครัฐ และภาคส่วนอื่น ๆ ดังนั้น ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือจากสถาบัน กลุ่ม ชุมชน องค์กรอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยการสร้างเครือข่ายการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน เป็นกระบวนการเสริมพลังซึ่งกันและกัน ซึ่งจะช่วยให้การจัดการเกิดประโยชน์อย่างกว้างขวางและยั่งยืน

ด้านธนิช เลิศชาญฤทธิ์ (2552) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมให้บรรลุเป้าหมาย นักจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมควรวางแผนการดำเนินการในลักษณะที่เป็นกระบวนการ (Process) และมีขั้นตอน (Procedures) เนื่องจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหลายอย่างไม่สามารถดำเนินการในเวลาเดียวกันได้ ซึ่งแม้ว่าการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ (Circumstance) และยุทธวิธี (Strategy) ของแต่ละพื้นที่/

สังคม/ชุมชน และประเภทของทรัพยากรวัฒนธรรม และนักจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น หรือในแต่ละประเทศอาจมีกระบวนการและขั้นตอนหลายขั้นตอนไม่เท่ากัน และไม่เหมือนกัน แต่โดยทั่วไปแล้วกระบวนการในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมประกอบด้วย 3 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1. การประเมินความสำคัญ (Assessing Significance) หมายถึง การแปลความหมาย ความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรม โดยการแปลความหมายนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานจากการวิเคราะห์ หลักฐานเกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรม และคุณค่าต่าง ๆ ของทรัพยากรวัฒนธรรม

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรม นักจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมต้องทำงานใกล้ชิดกับชุมชนและบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะเข้าใจทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างถ่องแท้ภายใต้บริบทต่าง ๆ และเพื่อให้การจัดการได้ผลงาน (Output) ที่มีประสิทธิภาพ

ในแง่ของการทำงาน การประเมินความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมต้องอาศัย นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญหลายสาขาด้วย เช่น นักโบราณคดี นักประวัติศาสตร์ นักมานุษยวิทยา นักวิชาการสาขาอื่น รวมทั้งสมาชิกในชุมชนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นชาวบ้าน พระสงฆ์ ครู ปราชญ์ ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้เฒ่าผู้แก่ เป็นต้น

ในหลายกรณี ควรมีการจัดทำแผนการจัดการ (Plan of management) ก่อนการประเมินความสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ผู้จัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเลือกได้ว่าคุณค่าหลักประการใดบ้าง ที่สมควรได้รับการประเมินอย่างละเอียด จากนั้นจึงดำเนินการตามแผน และสุดท้ายก็เป็นการจัดทำ เอกสารระบุความสำคัญ (Statement of Significance หรือ SoS) ซึ่งมีการจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากรแต่ละอย่างในพื้นที่ที่ดำเนินการ เอกสารระบุความสำคัญ (SoS) ยังมีข้อเสนอแนะทั่วไป เกี่ยวกับวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการจัดการอยู่ด้วย

ควรกล่าวด้วยว่าชาวบ้าน หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการควรมีโอกาสได้อ่าน ทบทวนและประเมินเอกสารระบุความสำคัญ (SoS) ด้วย

2. การวางแผนการจัดการ (Planning for Management) เมื่อมีการประเมินความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรม มีการจัดทำโครงร่างคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นอย่างดี และมีการ พิจารณาความสำคัญและประวัติที่เกี่ยวข้องเรียบร้อยแล้ว กระบวนการต่อไปคือการกำหนด แผนปฏิบัติงานหรือแผนการจัดการที่เหมาะสม

ในแผนการปฏิบัติการจัดการควรมียุทธวิธีในการจัดการทรัพยากรที่กำหนดเป็นระยะ ยาว และผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดการ นอกจากนี้ในการวางแผนการจัดการควรมี แผนการให้การศึกษาและการแปลความหมายเกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรม

การวางแผนการจัดการยังต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ชุมชน ท้องถิ่น ชนพื้นเมือง และผู้สนใจอื่น ๆ ด้วย

3. การกำหนดรายการการจัดการ (Management Program) การจัดการอาจทำได้หลายวิธี แต่หลักการเบื้องต้นก็คือการจัดการตามข้อเสนอแนะลำดับความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมที่ประเมินไว้ในขั้นตอนแรก

รูปแบบการจัดการก็มีหลายวิธีขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย (เช่น สภาพทางกายภาพของทรัพยากร เงื่อนไขทางสังคม ท่าเลที่ตั้ง ความสำคัญ ฯลฯ) มีตั้งแต่การเสริมความมั่นคง การทำรั้วกัน การบูรณะ การเคลื่อนย้าย การฝังกลบ การสงวนรักษา การดูแลรักษา เป็นต้น แต่การจัดการต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ด้วย

อนึ่ง การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยความรู้และทักษะของผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของทรัพยากร

คุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม

ธนิค เลิศชาญฤทธ์ (2554) กล่าวว่า ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมมาเป็นอันดับต้น ๆ หรือเป็นความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมต่อสังคมมนุษย์ในปัจจุบัน

คุณค่า (Value) และความหมาย (Meaning) ของทรัพยากรวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้น เป็นสิ่งที่มนุษย์ให้ค่าแก่สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ดังนั้น คุณค่าและความหมายจึงอาจแตกต่างกันไปตามพื้นฐานทางสังคม-วัฒนธรรม ทางประวัติศาสตร์ (เช่น ของอย่างเดียวกัน บางสังคมมองเห็นว่ามียุทธศาสตร์และความหมายมาก แต่ในบางสังคมอาจไม่สนใจ) และทางสติปัญญาของแต่ละคน แต่ละสังคม นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับบริบทอื่น ๆ หรือเงื่อนไขทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย คุณค่าบางอย่างถูกเสนอต่อว่าดีกว่าหรือเหมาะสมกว่าคุณค่าอย่างอื่น ซึ่งอาจต้องให้ความสนใจพิจารณาเป็นกรณีไปด้วย

คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับมุมมองและวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ ตัวอย่างเช่น วิลเลียม ไลป์ และชาร์ลส์ แม็กกิมซี (Lipe, 1984 and McGimsey, 1984 อ้างอิงใน ธนิค เลิศชาญฤทธ์, 2554) เสนอว่า ทรัพยากรวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรโบราณคดีมีคุณค่าและความหมายอยู่ 4 ประการหลัก ได้แก่

1. คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Associative/Symbolic Value) ทรัพยากรวัฒนธรรม (ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้) เป็นเสมือนเครื่องเตือนความทรงจำ (Mnemonics) หรือสัญลักษณ์แห่งอดีตและปัจจุบัน ซึ่งแต่ละคนอาจมองต่างกัน คุณค่าเชิงสัญลักษณ์หรือคุณค่าที่ติดมากับทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ยากที่จะเลือนหายตามกาลเวลา แม้ว่าจะมีการลอกเลียน ทำปลอมขึ้น หรือใช้วัสดุใหม่ เช่น นักโบราณคดีเห็นหินขวานยุคเก่า จากความรู้ประสบการณ์ก็พอจะเห็นความสำคัญ แต่สำหรับคนทั่วไปอาจนึกว่าเป็นก้อนหินธรรมดา อย่างไรก็ตาม คุณค่าเชิงสัญลักษณ์เป็นสื่อบอกความหมายอะไรบางอย่างแก่เรา หรือเป็นอัตลักษณ์ของสังคมกลุ่มบุคคล หรือปัจเจกบุคคลด้วย

2. คุณค่าเชิงวิชาการ (Informational Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นแหล่งข่าวสาร (Information) ข้อมูล (Data) และความรู้ (Knowledge) ที่มนุษย์สามารถเรียนรู้ นำไปใช้ในการดำรงชีวิต และการศึกษาหาความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะ สถาปัตยกรรม ฯลฯ ผ่านการวิจัยอย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการ และวิธีการศึกษาที่เหมาะสม น่าเชื่อถือ

3. คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic Value) คุณลักษณะบางอย่างของทรัพยากรวัฒนธรรม (เช่น รูปทรง ลวดลาย เนื้อดิน วัตถุดิบ และคุณภาพของภาชนะดินเผา เป็นต้น) มีคุณค่าเชิงความงาม หรือศิลปะหรือจิตใจ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ความชอบ มาตรฐาน และจินตนาการของแต่ละบุคคลหรือแต่ละวัฒนธรรม

4. คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมมีคุณค่าในการใช้สอยโดยตรง (Utilitarian Function) เช่น ใช้เป็นสถานที่ทำงาน ที่พักอาศัย ภาชนะใส่อาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เข้าประเทศสำหรับหลายประเทศในโลก

English Heritage (1997, อ้างอิงใน ธนิก เลิศชาญฤทธ์, 2554) เสนอว่า มรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสำหรับสังคมปัจจุบัน สามารถนำมาพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนได้อย่างยั่งยืน คุณค่าดังกล่าว ได้แก่

1. คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) คือ ทรัพยากรวัฒนธรรมให้ความรู้สึกเกี่ยวกับสถานที่ ชีวิตประจำวัน และความเป็นอยู่ของคน สะท้อนให้เห็นรากฐาน ความเป็นมาของสังคมมนุษย์ และเป็นหลักฐานยืนยันวัฒนธรรมของมนุษย์

2. คุณค่าด้านการศึกษาและวิชาการ (Educational and Academic Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับบรรพบุรุษของมนุษย์ วิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ ลักษณะสภาพแวดล้อมเป็นเสมือนแหล่งความรู้ให้คนรุ่นใหม่ได้เข้าใจอดีตและวัฒนธรรมของพวกเขา/เรานอกจากนี้ สามารถเรียนรู้จากทรัพยากรวัฒนธรรม (ผ่านการศึกษาด้านโบราณคดี) ถึงผลกระทบระยะยาว จากกิจกรรมของมนุษย์ในอดีต ที่อาจเป็นบทเรียนและเป็นประโยชน์ในการวางแผนต่าง ๆ ในอนาคต

3. คุณค่าด้านเศรษฐกิจ (Economic Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมเอื้อประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ-พาณิชย์ ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชาติได้ เช่น ส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น รวมถึงเป็นแรงหนุนให้สังคมมีความสุข ผู้คนอยู่ดีกินดีในสภาพแวดล้อมที่ดีที่สุดด้วย

4. คุณค่าด้านความเป็นทรัพยากร (Resource Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมบางอย่างมีประโยชน์ในแง่การใช้สอย เช่น สิ่งก่อสร้างที่มีอายุยืนยาว แสดงว่าใช้วัสดุอย่างที่มีคุณภาพ เป็นการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า และไม่ควรรื้อทำลาย

5. คุณค่าด้านการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Value) ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจและให้ความสุขแก่มนุษย์ ยิ่งในปัจจุบันแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมนับวันจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและประสบการณ์ของผู้คนมากยิ่งขึ้น

6. คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic Value) ทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น แหล่งโบราณคดี และสิ่งก่อสร้างโบราณ อาทิ ปราสาท ราชวัง เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ที่สวยงามของสังคม บ้านเมือง ช่วยเติมเต็มบรรยากาศและภูมิทัศน์ของเมืองให้งดงามยิ่งขึ้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่ต้องมีการกำหนดการวางแผนการดำเนินงาน โดยมี มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ให้ความหมายว่า การจัดการท่องเที่ยว เป็นการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่เกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงสภาพที่เป็นจริง ตลอดจนข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี โดยควรคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการท่องเที่ยวจะไม่ประสบผลสำเร็จ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมกับการประเมินผลการท่องเที่ยวด้วย

หลักการและแนวทางบริหารจัดการการท่องเที่ยว

วรรณพร วณิชชาภุกร (2540) ได้เสนอแนะรูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่ ระดับแนวนอน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้อง และระดับแนวตั้ง คือ หน่วยงานของรัฐในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐบาล แต่มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวม และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แรงงาน ความรู้ตามอำนาจของผู้คนในท้องถิ่นได้

จุฑามาศ จันทรรัตน์ (2541) เสนอว่า การท่องเที่ยวของไทยที่จะก้าวไปสู่ทศวรรษหน้าอย่างมีมาตรฐาน และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ผู้บริหารจัดการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรต้องมองการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และควรตระหนักถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันของระบบ เพราะทุกส่วนมีความสำคัญ

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการจัดการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสมภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นๆ และมีเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่มีความเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

อารีย์ นัยพินิจ และฐิรชญา มณีเนตร (2551) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนด้านการจัดการผู้รับผิดชอบ การควบคุม การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผล และรายงานผล เกี่ยวข้องกับทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Adhikary, M. (1995 :31-33) อ้างอิงใน จงรัช กิจวงษา (2554) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (7-S Model) เพื่อนำมาปรับใช้ในการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่สะท้อนถึงความผสมกลมกลืนระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว โดยเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดในการวางแผนการดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติ

2. Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กร ควรเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับชั้น และการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมเพราะโครงสร้างที่ดี ย่อมเป็นกุญแจสำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว นอกจากนี้โครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI หมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information)

3. System หมายถึง ระบบในการจัดการท่องเที่ยว มีความหมายครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และระบบอื่น ๆ โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือ และสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4. Staff บุคลากรนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินการต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ต้องคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงาน มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ทำงานดีประสบความสำเร็จ และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ

5. Skill ในการทำงานต้องอาศัยความชำนาญงาน เพื่อให้เกิดผลดี และมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่องาน ความรู้ในงานเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการที่ทำให้การทำงานต่าง ๆ มีประสิทธิภาพ ความรู้ไม่ได้ หมายถึงเพียงแต่รู้ว่าจะทำอย่างไร แต่ต้องรู้ทุกอย่างว่าคืออะไร ที่ไหนอย่างไร และทำไม รวมทั้งเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ทั้งความรู้ที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

6. Style หมายถึง การรวมกันระหว่าง Staff และ Skill แต่ละคนจะมีรูปแบบในการดำเนินงานที่แตกต่างกันโดยปกติแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 6.1) Autocratic Style หรือ Top Down Style หมายถึง การสั่งการจากส่วนบนลงสู่ส่วนล่าง หรือจากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา รูปแบบนี้ทึ่งที่ส่วนใหญ่มักไม่พอใจเพราะไม่ชอบถูกสั่งให้ทำตาม แต่ชอบมีเหตุผลที่มีส่วนร่วมพูดคุยให้คำแนะนำมากกว่า 6.2) Democratic Style หรือ Bottom-up ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบแรกรูปแบบนี้จะเป็นการร่วมกันในการวางแผนการจัดการได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายจึงมักประสบความสำเร็จในการจัดการ

7. Share หมายถึง การแบ่งปันเวลา การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิด เห็น ความรู้ ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำให้ได้รับความรู้ และเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็น โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

2.4 บริบทข้อมูลพื้นที่ศึกษา

แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ตั้งอยู่ ณ ตำบลบ้านเชียง ถนนอุดรธานี-สกลนคร จังหวัดอุดรธานี โดยห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 55 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 22 จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีพบว่าบริเวณพื้นที่ที่เป็นจังหวัดอุดรธานีในปัจจุบัน เคยเป็นถิ่นที่อยู่ของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ประมาณ 5,000-7,000 ปี จากหลักฐานการค้นพบที่บ้านเชียง อำเภอหนองหาน และภาพเขียนสีบนผนังถ้ำที่อำเภอบ้านผือเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นเป็นอย่างดีจนเป็นที่ยอมรับนับถือในวงการศึกษาศาสตร์และโบราณคดีระหว่างประเทศว่า ชุมชนที่เป็นถิ่นที่อยู่ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ที่จังหวัดอุดรธานีมีอารยธรรมความเจริญในระดับสูงและอาจถ่ายทอดความเจริญนี้ไปสู่ประเทศจีนก็อาจเป็นไปได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องปั้นดินเผาสีลายเส้นที่บ้านเชียงนั้น สันนิษฐานว่าอาจเป็นเครื่องปั้นดินเผาสีลายเส้นที่เก่าที่สุดของโลก ซึ่งปัจจุบัน ไหบ้านเชียง เป็นเครื่องปั้นดินเผาประเภทหม้อใหม่ เขียนลายเลียนแบบเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเหมือนในอดีต แต่ละลายจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป เช่น ลายกันหอย ลายรูปสัตว์ และลายตามจินตนาการต่าง ๆ วัสดุที่ใช้ในการเขียนลาย ประกอบด้วยสี (ซึ่งเป็นดินที่นำมาจากหลุมขุดค้นเก่านำมาฝนให้ละเอียดเป็นผงผสมกับกาว และใช้พู่กันเขียนลายเลียนแบบของเดิม) การเขียนลายหม้อบ้านเชียงแต่ละใบไม่มีการร่างต้นแบบขึ้นก่อน ใช้วิธีจดจำลายต่าง ๆ จากที่พบเห็นเครื่องปั้นดินเผาภายในหมู่บ้าน นับเป็นความสามารถและความชำนาญเฉพาะของช่างเขียนลายหม้อบ้านเชียง เครื่องปั้นดินเผาหม้อลายบ้านเชียง สามารถนำไปเป็นของประดับตกแต่งบ้าน สถานที่ต่าง ๆ หรือเป็นภาชนะใส่ของได้ ทำให้ผู้พบ

เห็นได้สัมผัสถึงบรรยากาศสมัยบ้านเชียง ซึ่งหม้อลายบ้านเชียงมิได้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใด เป็นภูมิปัญญาของช่างที่นำลายของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงในสมัยโบราณมาเขียนใหม่เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษา (สำนักงานจังหวัดอุดรธานี, ม.ป.ป.)

วิลกา กาศวิเศษ (2553) ซึ่งได้ศึกษาการพัฒนาลวดลายเพื่องานออกแบบจากอิทธิพลศิลปกรรมบ้านเชียง ได้ศึกษาความเป็นมาของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ซึ่งเป็นพื้นที่เก่าแก่ทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยและของโลก ก่อนจะมีการขุดค้นทางโบราณคดี บ้านเชียงเป็นเพียงหมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในเขตพื้นที่ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ชาวบ้านไม่ได้สนใจเศษภาชนะดินเผาลายเขียนสีที่กระจัดกระจายอยู่ตามพื้นดินในหมู่บ้าน แต่เมื่อนักโบราณคดีนำไปตรวจวิเคราะห์ห้อย่างมีระบบในทางวิทยาศาสตร์ พบว่า เป็นศิลปวัตถุที่มีความเก่าแก่ย้อนหลังไปถึงสมัยก่อนนี้ จนถึงห้าพันปีมาแล้ว จึงทำให้เกิดการศึกษาวิจัยค้นคว้าทางโบราณคดีอย่างจริงจังขึ้นนับตั้งแต่ พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา

บ้านเชียงจึงเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักโบราณคดี นักวิจัย และนักวิชาการอีกหลากหลายสาขาทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีการศึกษาว่าแบบบูรณาการในลักษณะการวิจัยแบบสหวิทยาการ จนเกิดเป็นการร่วมมือระหว่างประเทศไทยและสหรัฐอเมริกาขึ้นในปี พ.ศ. 2516 หลักฐานจำนวนมากที่พบจากการขุดค้นทางโบราณคดี เป็นสิ่งยืนยันความเจริญทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ของคนบ้านเชียงในอดีต ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรมในยุคแรกเริ่มของไทย ที่มีพัฒนาการทางสังคมที่มีแบบแผน ตลอดจนการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ แสดงถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผาสำหรับการใช้สอยในชีวิตประจำวันและเป็นของอุทิศสำหรับผู้ล่วงลับไปแล้ว ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อหลังความตายของคนสมัยนั้น ตลอดจนการเรียนรู้นำโลหะสำริดและเหล็กมาผลิตเป็นเครื่องมือเครื่องใช้และเครื่องประดับ การค้นพบนี้ จึงเป็นจุดเปลี่ยนทางความคิดด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมก่อนประวัติศาสตร์ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคนั้นเป็นอย่างมาก ที่เดิมเชื่อว่ามีค่าสูงกว่าภูมิภาคอื่น จึงทำให้การศึกษาโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทยเป็นไปอย่างกว้างขวางขึ้นในเวลาต่อมา

แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงถูกยกย่องให้เป็นพื้นที่สำคัญทางวัฒนธรรมในฐานะมรดกของประเทศไทยและมรดกโลก โดยองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และถูกประกาศให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมเมื่อปี พ.ศ. 2535

ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านเชียง

เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2327 ได้มีผู้อพยพมาจากเมืองพวน แขวงเมืองลาว เข้ามาตั้งหลักปักฐานอยู่ในดงชื่อว่า “ดงพงแพง” บนเนินดินใหญ่ ต่อมาเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “บ้านเชียง” โดยขุนเชียงสวัสดิ์ นักโบราณคดี ได้มาขุดค้นเมื่อปี พ.ศ. 2517 ได้สันนิษฐานว่าเป็นยุคสำริด พบโครงกระดูกเครื่องปั้นดินเผา และเครื่องใช้ต่าง ๆ มากมาย โดยพื้นที่ตำบลบ้านเชียงตั้งอยู่บนเนินดินรูปไข่

ครอบครัวพื้นที่ 14 หมู่บ้าน อยู่ในเขตพื้นที่การปกครองของอำเภอหนองหาน มีเนื้อที่ 50,832.25 ไร่ หรือประมาณ 55.37 ตารางกิโลเมตร โดยชาวชุมชนบ้านเชียงมีอาชีพหลัก คือ อาชีพทำนา และอาชีพเสริมคือ รับจ้าง จักสาน ตัดเย็บเสื้อผ้า พร้อมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชน คือ เครื่องปั้นดินเผาหลายบ้านเชียง ผ้าฝ้ายย้อมคราม และผ้ามัดหมี่ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ไทย ตำบล ดอท คอม, สื่อออนไลน์)

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลทุ่งฝน อำเภอทุ่งฝน จังหวัดอุดรธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลไชยวาน อำเภอไชยวาน จังหวัดอุดรธานี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลบ้านยา ตำบลหนองสระปลา อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2556) ได้ศึกษาทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผลการศึกษา คือ กลุ่มชาวไทยพวน อำเภอปากพลี เป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์และมีทุนทางสังคมที่น่าสนใจ มีระบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบทุนทางสังคม 3 กลุ่ม ได้แก่ หนึ่ง คือ ทุนมนุษย์ ที่ชาวไทยพวนมีความรักสงบ มีความผูกพันแบบเครือญาติ มีความขยันขันแข็งในการประกอบอาชีพ มีการช่วยเหลืออุปถัมภ์กันระหว่างคนในชุมชน มีปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญาซึ่งมีความสามารถในช่างฝีมือทอผ้าไทยพวน โดยพื้นที่อำเภอปากพลีมีครูภูมิปัญญาด้านต่าง ๆ ของชาวไทยพวนถึง 22 คน สอง คือ ทุนทางสถาบัน มีการรวมกลุ่มมุ่งมั่นในสิ่งเดียวกัน เพื่อพัฒนาสังคม ชุมชนให้เข้มแข็ง มีการกำหนดกฎและกติกาในการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้ชุมชนรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของร่วมกัน และเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตน สาม คือ ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยการนำเอาองค์ความรู้จากตัวบุคคล ชุมชน ภูมิปัญญา ปราชญ์ท้องถิ่น จนเกิดกระบวนการนำไปพัฒนาเป็นจารีตประเพณี วัฒนธรรม เห็นได้จากความโดดเด่นของวิถีชีวิต ประเพณี ได้แก่ การทอผ้าพื้นบ้านของชาวไทยพวน ลำตัดพวน รำโชน การสู่วัฒนแบบพวน ประเพณีฮีต 12 คอง 14 ที่ชาวไทยพวนยึดถือสืบต่อกันมา

ธเนศ ศรีสถิต, วรณมา คำปวนบุตร และคณะ (2556) ได้วิจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานเชิงนิเวศวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ตำบลพระธาตุ อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม ผลจากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พระธาตุนาดูน มีจุดอ่อนคือ แหล่งท่องเที่ยวขาดระบบการบริหารจัดการ จุดแข็ง คือ เมืองพระธาตุนาดูนซึ่งเป็นพระธาตุที่มีชื่อเสียง โอกาส คือ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่ยึดของคนในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง เช่น กุ๊สันตรัตน์ กุ๊น้อย และด้านอุปสรรค คือ แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ไกลจากจังหวัดมหาสารคาม มีการเข้าถึงไม่ค่อยสะดวกนัก เมื่อศึกษาด้านบทบาทการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพระธาตุ พบว่า ต้องมีแนวการจัดการ คือ การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม โดยกลุ่มผู้นำชุมชนและชาวบ้านจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3 ส่วน และขั้นตอนการอนุมัติและการดำเนินการโครงการด้านการท่องเที่ยว โดยให้ยึดและปฏิบัติตาม โครงสร้างการดำเนินงานอย่างมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบลพระธาตุและชุมชนตำบลพระธาตุ เมื่อศึกษารูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนฐานเชิงนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพระธาตุตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่า ชุมชนตำบลพระธาตุมีฐานการท่องเที่ยวอยู่ 4 ฐาน จึงทำให้รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และแบบเฉพาะของชุมชนตำบลพระธาตุ คือ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและภูมิปัญญา อาชีพและวิถีชีวิต นิเวศวัฒนธรรม การบริหารจัดการงบประมาณเนื่องในกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อชุมชน และการดำเนินงานและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของบุคลากรในชุมชนตำบลพระธาตุ

จิราณุช โสภา, จิราพร สุวรรณเกษม, รัชฎาภรณ์ ประวัตินเมือง, พิมพิรวิ ทหารแก้ว, ฌัฐปรีญา โพธิ์พันธ์, ชุติมา จักรจรัส และคณะ (2554) ได้ศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกดังกล่าว ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมระดับโลก ซึ่งโดยการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก หน่วยงานภาครัฐยังคงมีบทบาทมากกว่าชุมชนในท้องถิ่น เพราะอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร มีความแตกต่างกันในด้านพื้นที่ตั้ง จึงพบปัญหาด้านการจัดการพื้นที่ที่แตกต่างกัน เนื่องจากอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่ในเขตเมือง มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เกิดปัญหาการรุกล้ำพื้นที่มรดกโลก ส่วนอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร มีที่ตั้งแยกไปจากชุมชน แต่ก็ยังคงประสบปัญหาด้านพื้นที่ทับซ้อนกับที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินของชาวบ้าน ซึ่งข้อเสนอแนะทางด้านนโยบายคือ ควรมีมาตรการในการอนุรักษ์พื้นที่ แผนการอนุรักษ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตควบคู่

กันไป ทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเส้นทางเมืองมรดกโลกผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง ควรมีการสำรวจและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายที่เหมาะสม ที่รองรับขยะ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนทางด้านการบริหารจัดการ พัฒนาทรัพยากรบุคคล ควรอบรมให้ผู้ประกอบการมีจิตบริการ และความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

