

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Affecting the Success of Cultural Tourism Destination Development of Nakhon Si Thammarat Province

ปิ่นฤทัย คงทอง*

สุวารี นามวงศ์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย บุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการและตัวแทนชุมชนด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบบอลล์หิมะ (snowball sampling) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการบรรยายเชิงพรรณนาผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชประกอบด้วย 1) การมีจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว 2) การประสานงานและความร่วมมือ 3) การสนับสนุนของภาครัฐในท้องถิ่น 4) การมีส่วนร่วมของประชาชน 5) ภาวะผู้นำชุมชน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยววัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

*นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



ABSTRACT

This research aimed to study factors affecting the success of cultural tourism destination development of Nakhon Si Thammarat province. The qualitative research method was performed for this study. Key informants were stakeholders in tourism development including the local government, tourism entrepreneurs, and community representative. The key informants were selected by using the purposive and snowball sampling methods, an in-depth interview was conducted with the stakeholders and data analyzing by the descriptive description. The results highlighted that factors affecting the success of cultural tourism destination development of Nakhon Si Thammarat province comprised 1) conscious mind consisting of host conscious mind and tourist conscious mind 2) coordination and cooperation 3) local government support 4) local people participation and 5) community leadership.

Key word : Cultural Tourism, Cultural Tourism Destination, Factors affecting the success

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโลกและสังคม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้กลายเป็นส่วนสำคัญของประวัติศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว (Aziz, 2002) ตามที่ Mc Cain and Ray (2003) and Palmer (1999) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นรอบโลกในฐานะที่เป็นเครื่องมือของรัฐต่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ และ Gordin (2011) and Holloway (1998) ได้สนับสนุนไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวที่เติบโตและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมในการตอบสนองต่อรูปแบบการเดินทางและลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เหตุผลบางประการที่มีความชัดเจน เช่นการเข้าสู่ยุคของผู้สูงอายุ (aging baby boomers) ของผู้เดินทาง การใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศอื่น ๆ ในเรื่องการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว การเดินทางในวันหยุดที่เพิ่มขึ้น ความปรารถนาในความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความต้องการสำหรับ

แพ็คเกจท่องเที่ยวในวันหยุด (Chhabra, 2009) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมีปัญหาเกี่ยวกับการรองรับนักท่องเที่ยว ดังที่ McKercher and Ho (2006) ได้กล่าวไว้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวบางครั้งอาจขาดคุณภาพที่สำคัญที่จำเป็นของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อีกทั้งความแออัดของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ความเสื่อมคุณภาพของภูมิทัศน์และทิวทัศน์ของสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลดลง สถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมากมีปัญหาเรื่องศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว (Butler, 1996)

จังหวัดนครราชสีมาได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในพันธกิจ กล่าวคือ พัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ภาควิชาการตลาด ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ตัวอย่างเช่น ความตระหนัก ความร่วมมือ/ร่วมแรง ความเป็นผู้นำ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (S. Wang, Yamada, and Brothers 2011) หากขาดความรู้ที่ดีเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแทบจะไม่มียั่งยืนและมีผลต่อการสูญเสียทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในตลาดการท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันมีจำนวนค่อนข้างมาก โดยการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีผู้ศึกษาในจำนวนที่ไม่แตกต่างกับการประเมินแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 การศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

Authors /year	Study areas			
	Tourism Destination Evaluation	Tourism Destination Competitive	Tourism Destination / Brand /Image	Factors for success in destination development
Ashton (2015)			✓	
Bernini and Cagnone (2014)	✓			
Ben-Dalia, Collins-Kreiner, and Churchman (2013)	✓			
Tam (2012)	✓			
Wang, Yamada, Brothers (2011)				✓
Chen, Chen, and Lee (2010)			✓	
Crouch (2010)		✓		
C. F. Lee, Huang, and Yeh (2010)	✓			
Cracolici and Nijkamp (2009)		✓		
Lopez-Toro, Diaz-Munoz, and Perez-Moreno (2010)	✓			
Mohamed (2008)			✓	
Henderson (2007)			✓	
Formica and Uysal (2006)	✓			
Henkel, Henkel, Agrusa, Agrusa, and Tanner (2006)			✓	
Hosany, Ekinci, and Uysal (2006)			✓	
C. F. Lee and King (2006)		✓		
Radisic and Mihelic (2006)			✓	
M. J. Enright and Newton (2005)		✓		
M. J. Enright and Newton (2004)		✓		
Blackman, Foster, Hyvonen, Jewell, Kuilboer&Moscardo(2004)				✓
Dwyer and Kim (2003)		✓		
Baloglu and Mangaloglu (2001)			✓	
Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier&Es (2001)				✓



อย่างไรก็ตามการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังมีน้อยมาก ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งจะส่งผลให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันนี้มีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในหลายประเทศทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะและความพิเศษของจุดหมายปลายทางเพิ่มขึ้น เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา และเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ถูกให้คำนิยามไว้หลากหลายความหมายด้วยกัน เช่น การเคลื่อนไหวของบุคคลต่อสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สถานที่ทางมรดก ความงดงามและสิ่งที่ปรากฏทางวัฒนธรรม ศิลปะและละคร ซึ่งอยู่นอกสถานที่ที่อยู่อาศัยปกติ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการค้นหาประสบการณ์และการมีส่วนร่วมจากความสวยงามของวัฒนธรรมที่ให้ความรู้ผ่านทางการสื่อสารด้านอารมณ์ ความรู้สึกและทางด้านจิตวิทยา (Richards, 1997, p. 24) นอกเหนือจากนี้ Silberer (1995) กล่าวสนับสนุนไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเยี่ยมชมจากบุคคลภายนอกชุมชนโดยมีแรงจูงใจหรือส่วนหนึ่งของความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ หรือ วิถีชีวิต/มรดก ที่นำเสนอโดยชุมชน ภูมิภาค กลุ่มหรือสถาบัน อีกทั้ง Hughes (2002) มองว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีหลายมิติ ได้แก่ ขอบเขต ประเภท เวลา และการเดินทาง ในแง่ของขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมถึงความหลากหลายของกิจกรรม รวมถึงองค์ประกอบพื้นฐานของชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน ชุมชนท้องถิ่น สถาปัตยกรรม สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ภาษา ศาสนา เป็นต้น ในแง่ประเภทของวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวอาจต้องการเยี่ยมชมสถานที่ หรือชมการกระทำ เช่น การแสดง ในแง่เวลา การกระทำและวัตถุประสงค์สามารถสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์หรือรูปแบบร่วมสมัย และในแง่การเดินทาง สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ในขณะที่สิ่งดึงดูดใจบางอย่าง เช่น ศิลปะการแสดงสามารถ



นำเสนอในสถานที่ต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามการศึกษาในครั้งนี้ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความหมายของ Silberberg (1995, p. 361) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเยี่ยมชมจากบุคคลภายนอกชุมชนโดยมีแรงจูงใจหรือส่วนหนึ่งของความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ หรือ วิถีชีวิต/มรดก ที่นำเสนอโดยชุมชน ภูมิภาค กลุ่มหรือสถาบัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Development)

การศึกษาที่ผ่านมาได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น จาก Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, and Wanhill (2008) and Ivanovic (2008) กล่าวว่าวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการพัฒนาในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่และกิจกรรมต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ มีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนสถานที่นั้น ๆ และนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะเน้นการมีประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การเข้าไปสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่อาจจะพบเห็นได้ยากในชีวิตประจำวัน (Goeldner & Ritchie, 2009) เหมือนดังที่ Ximba (2009) ได้นำเสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเน้นในเรื่องความเข้าใจเป็นหลัก และการมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งทางด้านภูมิปัญญา ความงามจิตวิทยา และความรู้สึกรายได้กรอบแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างความประทับใจ พร้อมกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้ช่วยกันอนุรักษ์ สืบทอดและถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม จะเป็นการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน ทั้งนี้ Ismail (2008) เสนอแบบจำลองเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนโดยมุ่งทั้งประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนจะได้รับจากการจ้างงาน และรายได้ที่สูงขึ้นควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมวิถีชีวิตแบบเดิมที่สามารถสนองความต้องการของชุมชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผู้นำที่ดี (Good Leadership) ผู้นำคือคนที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้นำจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน (S. Wang et al., 2011) ลักษณะของผู้นำจะมีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ในชุมชน ผู้นำท้องถิ่นควรต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถมากกว่าคนอื่น สามารถช่วยหาทางออกให้กับชุมชน เช่น เมื่อต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นภายใน



ชุมชน (O'Brien & Hassinger, 1992, p. 523) ความรู้สึกของการเป็นผู้นำที่ตระหนักถึงความจำเป็นของการรับรู้ความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงคือสิ่งสำคัญของการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว คือความสามารถในการที่จะสร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพและความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในระบบการท่องเที่ยว (Jacobsen, 2005 cited Prideaux, 2009, p. 9) จากการศึกษาของ Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier, and Es (2001) พบว่าความสำเร็จของการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีผู้นำที่ดีเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าปัจจัยอื่น ๆ ยกเว้นเรื่องงบประมาณ ทั้งนี้เพราะคนที่จะต้องมาทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องเป็นคนที่เข้าใจถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว การสนับสนุนและส่งเสริม ตลอดจนความกระตือรือร้นของผู้นำซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จ และได้รับการสนับสนุนจาก McKercher, Ho, and du Cros (2004) ได้เสนอแนะว่าการเป็นผู้นำที่เข้มแข็งเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญของการที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีชื่อเสียง ความเป็นผู้นำและวิสัยทัศน์เป็นสิ่งสำคัญแต่มักจะเป็นคุณสมบัติที่ได้รับการกล่าวถึงน้อย ความเป็นผู้นำมีหลายรูปแบบ อาทิ ทักษะคติของผู้จัดการสินทรัพย์ระดับสูงต่อการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและมีบทบาทสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีของพระใหญ่ (the Big Buddha) และ วัดห่องไทซิน (Wong Tai Sin) ของฮ่องกง ผู้จัดการวัดอาวุโสตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและมีส่วนช่วยเหลือทำให้สถานที่ดังกล่าวสามารถประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์โดยรวม สถานที่ทั้งสองมีโครงการสวัสดิการทางสังคมที่สำคัญที่ได้รับการสนับสนุนจากการบริจาค มีประชาชนมาเยี่ยมชมวัดมากขึ้น มีโอกาสมากที่ทั้งสองสถานที่จะมีรายได้ที่สูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม Wilson et al. (2001) กล่าวว่าผู้นำที่ไม่เปิดใจที่จะสนับสนุนด้านการเงินและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จน้อย นอกจากนี้การมีส่วนร่วมและความร่วมมือระหว่างผู้นำต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทเพราะในพื้นที่ดังกล่าวมักจะขาดทรัพยากรและเงินทุน

ความตระหนัก (Awareness) ของประชาชนทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และผู้ประกอบการประชาชนตลอดจนนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ Belkadi, Bonjour, Camargo, Troussier, & Eynard (2013) ได้ให้ความหมายว่าการตระหนัก (awareness) หมายถึง ตัวตนของคนหรือความตระหนักในบางสิ่งบางอย่างในบริบททางสังคมของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล จากการศึกษาของ S. Wang et al. (2011) ค้นพบว่าความตระหนักในหมู่ประชาชนเป็นสิ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนาการ



ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ความตระหนักในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความร่วมมือระหว่างชุมชนหรือองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งทำให้เกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของของชุมชน จึงทำให้เกิดความรู้สึกห่วงหาญและรู้สึกถึงความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้รับการยืนยันจากนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานหลายท่าน เช่น Campbell (1999), Ross & Wall (1999) , Page and Dowling (2002) and Boyd and Singh (2003) ว่าเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความสำคัญมากต่อนักวางแผน ผู้จัดการ และผู้ดำเนินการด้านการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Lewis (2001) and Mitchell (2001) สนับสนุนว่าความตระหนักในการมีส่วนร่วมของชุมชนและความรู้สึกของการเป็นเจ้าของทรัพยากร เป็นการริเริ่มในช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในระยะยาว S. Wang et al. (2011) ได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่าคนในท้องถิ่นควรมีความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยผู้ที่เกี่ยวข้องแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนควรมีความตระหนักในการให้ความร่วมมือกับชุมชน ความร่วมมือระหว่างองค์กร และสถาบันต่าง ๆ Choi and Sirakaya (2006) กล่าวเสริมว่าผู้นำชุมชนและนักวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาและโปรแกรมการฝึกอบรมต่างๆ แก่ประชาชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ เพื่อที่จะสร้างความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องจิตสาธารณะและการเมืองในการวางแผนและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Y. Wang and Wall (2007) พบว่าการสร้างจิตสาธารณะแก่ประชาชนของการท่องเที่ยวในอินโดนีเซียทำโดยวิธีการให้การศึกษาแก่ประชาชน คือการเพิ่มการอบรมทรัพยากรมนุษย์และพัฒนาความตระหนักของการท่องเที่ยวในกลุ่มของประชาชนให้กว้างขึ้นในส่วนของการอบรมผู้ประกอบการ ได้แก่ คนขับรถแท็กซี่ ผู้จัดการเกสต์เฮาส์ เจ้าของร้านอาหาร และผู้ขายของตามถนน หลักสูตรที่อบรมส่วนมากได้แก่ ภาษาอังกฤษ สุขอนามัย การบัญชี และการต้อนรับ ในส่วนของประชาชนทั่วไปมีการสร้างจิตสำนึกเบื้องต้น ได้แก่ ความปลอดภัย ความมีระเบียบวินัย สิ่งอำนวยความสะดวก คุณสมบัติที่ดี การต้อนรับและความเอื้ออาทร อย่างไรก็ตาม Mbaiwa (2007) ได้ตั้งสมมุติฐานว่าเมื่อคนในชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างเต็มที่แล้วคนเหล่านั้นจะสามารถพัฒนาความรู้สึกความเป็นเจ้าของและจะใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างยั่งยืนรวมไปถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรม



การประสานงานและความร่วมมือ (Co-ordination and Cooperation) การประสานงาน ความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่นๆกับองค์กรการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและธุรกิจท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว (Blackman et al., 2004 ; Murphy & Boyle, 2006) การประสานงานเป็นกระบวนการเดียวที่ทำให้มีการแบ่งปันข้อมูลและการตัดสินใจร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต่อการวางแผนการท่องเที่ยวเพราะช่วยทำให้การพัฒนาได้รับผลกระทบน้อยที่สุด Ladkin & Bertramini (2002) Jamal and Getz (1995) and C.A. Gunn (2002) กล่าวว่า การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่นเดียวกับ Choibamroong (2009) สนับสนุนว่าการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นจะประสบความสำเร็จได้ทุกภาคก็ต้องร่วมมือ โดยจุดประกายให้ท้องถิ่นเป็นผู้เริ่มต้น ส่วนภาคอื่น ๆ ให้การสนับสนุนทั้งด้านองค์ความรู้งบประมาณและความช่วยเหลืออื่น ๆ ตามความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น (Timothy, 1998) อย่างไรก็ตาม Tosun (2006) กล่าวว่า การขาดการประสานงานระหว่างฝ่ายที่เกี่ยวข้องและการให้ข้อมูลแก่ประชาชนในท้องถิ่นเป็นปัญหาหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว การขาดการประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างแต่ละฝ่ายของภาครัฐไม่เพียงแต่จะทำให้สูญเสียคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ยังส่งผลถึงวิธีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย Jamal and Getz (1995) กล่าวเสริมว่าการขาดการประสานงานและการติดต่อกันในแต่ละภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นปัญหาที่รู้กันดีสำหรับนักวางแผนและผู้จัดการในจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว การขาดการประสานงานและความร่วมมือในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคต่อความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนและพัฒนาที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนโดยรวมของการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่เป็นจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Timothy (1998) and S. Wang et al. (2011) พบว่า การที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนร่วมมือกันเป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จตามที่ Edgell (1990, p.7) ตั้งข้อสังเกตว่า “ไม่มีอุตสาหกรรมอื่นในระบบเศรษฐกิจที่จะเชื่อมโยงกันของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลายและประเภทที่แตกต่างกันจำนวนมากเหมือนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ตัวอย่างการศึกษาของ MacDonald and Jolliffe (2003) พบว่า ความร่วมมือและเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชนบทมีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของชุมชน และ

การศึกษาของ Murphy and Boyle (2006) มุ่งเน้นไปที่การทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองประสบความสำเร็จโดยกำหนดให้ความร่วมมือเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการพัฒนา

การมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ (Blackman et al., 2004) อีกทั้งการเริ่มต้นมาจากการที่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของในการที่จะร่วมกันพัฒนาซึ่งการกระทำนี้ จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประสบความสำเร็จในระยะยาว (Lewis, 2001) เพราะความสำเร็จของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวมักอยู่บนพื้นฐานของการสนับสนุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (Bramwell, 1999) การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นตลอดกระบวนการตั้งแต่การวางแผนการท่องเที่ยว การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา การดำเนินโครงการและการประเมินผล (K. Andriotis, 2002; C.A. Gunn, 2002) Simmons (1994) และ Scheyvens (1999) กล่าวว่า สมาชิกของชุมชนควรจะมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้ชุมชนได้รับรู้ในหลายประเด็นด้วยกันเช่น (1) มีความเข้าใจในประวัติศาสตร์และรู้ว่าจะปรับเปลี่ยนภูมิภาคเพื่อการเปลี่ยนแปลงอย่างไร (2) จะเป็นคนที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยตรงมากที่สุด (3) และได้รับการคาดหวังว่าจะเป็นส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Scheyvens, 1999; Simmons, 1994) อีกทั้งประชาชนในท้องถิ่นจำเป็นต้องมีส่วนร่วมเพราะเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต (area's living history) เพื่อช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยการที่ชาวบ้านให้ความรู้เกี่ยวกับประเพณีและคติชาวบ้านที่นำไปสู่ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวโดยไม่เป็นการคุกคามต่อทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง (Pedford, 1996) นอกจากนี้ชุมชนท้องถิ่นคือสินทรัพย์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งนี้เพราะกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นในสถานที่ที่ชุมชนเป็นเจ้าของ (Muganda, Sirima, & Ezra, 2013) เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีคุณธรรมและถูกต้องตามกฎหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Haukeland, 2011) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวและสามารถส่งผลถึงการแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์โดยการมุ่งเน้นไปที่มรดกและวัฒนธรรมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ความเป็นลักษณะเฉพาะตัวของจุดหมายปลายทางที่สามารถสร้างขึ้นได้ (Murphy, 1985) คนในชุมชนต้องมีความสามารถในการระบุถึงศักยภาพของทรัพยากรและสิ่งดึงดูดใจภายในชุมชนได้และให้ความรับผิดชอบต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชน ดังนั้นชุมชนจึงควรที่จะกระตือรือร้นในการเข้าร่วมตัดสินใจเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับชุมชน (Aref, Gill, & Aref, 2010) ตัวอย่าง



การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านการตลาดทั้งนี้จะสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการดูแลเอาใจใส่ที่ยั่งยืนระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว (Hassan, 2000) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในขั้นตอนดังกล่าวจะช่วยในการเพิ่มพูนและสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดใจที่มีความหมายและมีความเป็นอัตลักษณ์ให้ท้องถิ่นและได้รับรู้ถึงความรู้สึกของสถานที่นั้น ๆ (Walsh, Jamrozy, & Burr, 2001) ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นในความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ (Ritchie, 1988) Brohman (1996) ได้กล่าวสนับสนุนว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศกำลังพัฒนา ดังที่ Long, Perdue, and Allen (1990) , Perdue, Long, and Kang (1995) , Nunkoo and Gursoy (2012) and Styliadis and Terzidou (2014) ยืนยันว่าการสนับสนุนที่เข้มแข็งของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น Muganda et al. (2013) จึงกล่าวว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่สามารถมองข้ามได้เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม Simpson (2001) ได้โต้แย้งต่อว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่พบได้ยาก

การสนับสนุนของรัฐบาลท้องถิ่น (Local government support) มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนายจะประสบความสำเร็จได้หน่วยงานต้องให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น ในทางตรงกันข้ามการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จน้อยถ้าหากขาดความร่วมมือจากหน่วยงานดังกล่าว (Wilson et al., 2001) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ อาทิ การวางแผนและนโยบาย (Akama, 2002; Anuar, Ahmad, Jusoh, & Hussain, 2012) การวางระเบียบกฎเกณฑ์ การควบคุม (de Oliveira, 2003; Inskeep, 1991; Wilson et al., 2001) การจัดหาและบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐาน (C. A. Gunn, 1994; Wilson et al., 2001) การเป็นผู้ปฏิบัติการ (Qin, Wall, & Liu, 2011; Zhang, Chong, & Ap, 1999) กระตุ้นการลงทุน (Qin et al., 2011; Zhang et al., 1999) การส่งเสริมการขาย (Bornhorst, Ritchie, & Sheehan, 2010; Inskeep, 1991) การประสานงาน (Dredge, 2001; Godfrey, 1998) ให้การศึกษารวมทั้งการพัฒนาและสนับสนุนอาชีพ สนับสนุนบุคลากร ผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Qin et al., 2011; Wilson et al., 2001) การสนับสนุนเงินทุนสำหรับการพัฒนาและ



ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Begum, Er, Alam, & Sahazali, 2014; Wilson et al., 2001) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพราะจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการพัฒนาหลายภาคส่วนรวมทั้งประชาชนด้วย ดังตัวอย่างการศึกษาของ S. Wang et al. (2011) ปัญหาหลักประการหนึ่งที่พบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชนบทคือการขาดเงินทุน เนื่องจากเป็นที่เข้าใจกันว่ากิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรมจำนวนมากจำเป็นต้องต้องใช้เงินทุนเพื่อสร้างจิตสาธารณะแก่ประชาชนและช่วยให้ประชาชนเข้าถึงกิจกรรมดังกล่าวมากขึ้น C. A. Gunn (1994) อธิบายเพิ่มเติมว่าหน้าที่ของภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือการเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ยกย่องความสำเร็จทางธุรกิจและเศรษฐกิจ ปกป้องทรัพย์สินที่มีอยู่และการบูรณาการการรักษาชุมชน และเอื้ออำนวยการใช้พื้นที่ กิจกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และในทางตรงกันข้าม การศึกษาของ Dredge (2001) ระบุว่ารัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากกว่าไม่เป็นเชิงรุก ขาดการผลักดันการมีส่วนร่วมของรัฐบาลท้องถิ่นในการวางแผนการท่องเที่ยวและการกำหนดนโยบายรวมถึงขาดความสนใจของชุมชน ขาดทรัพยากร เช่น งบประมาณ ขาดการวิจัยที่เหมาะสมและข้อมูลข่าวสาร ขาดความมุ่งมั่นในการดำเนินการ ขาดการประสานงานและการสื่อสารและขาดความเชี่ยวชาญทางเทคนิค ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Stafford Group, te Hau, and McIntosh (2000) กล่าวว่าอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชาวพื้นเมืองเมารีส่วนหนึ่งคือการสนับสนุนจากองค์กรการท่องเที่ยวในภูมิภาคหรือภาครัฐในท้องถิ่น เช่น การขาดความคิดริเริ่มจากภาครัฐ ขาดการสนับสนุนด้านการเงินและทรัพยากรอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ทางการเงิน เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถสรุปปัจจัยดังกล่าวได้ 5 ปัจจัยได้แก่ ภาวะผู้นำ ความตระหนัก การประสานงานและความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสนับสนุนของภาครัฐ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ตัวแทนบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยกำหนดรหัสเป็น G.1 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รหัส G.2 และตัวแทนประชาชนในชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช รหัส G.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก คือ การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยใช้เกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ คือ เป็นบุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช ขั้นตอนที่สอง

ผู้วิจัยได้ขอให้ผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงแนะนำผู้ให้ข้อมูลคนต่อ ๆ ไปเรื่อย ๆ เรียกว่าวิธี snowball (Patton, 1990) จนกระทั่งไม่มีข้อมูลใหม่ ๆ เข้ามาอีกซึ่งแสดงถึงความอิ่มตัวของข้อมูล ตามที่ (Glaser & Strauss, 1967; Guba, 1987) ได้กล่าวว่าผู้วิจัยจะทราบขนาดของผู้ให้ข้อมูลที่ชัดเจนเมื่อกระบวนการเก็บข้อมูลสิ้นสุดลง ซึ่งในการศึกษานี้มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 30 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่ม
หน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่น	10	แบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบบอลล์หิมะ (snowball sampling)
ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว	10	แบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบบอลล์หิมะ (snowball sampling)
ตัวแทนประชาชนในชุมชน	10	แบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบบอลล์หิมะ (snowball sampling)

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Unstructured/semistructured) หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีการวิจัยที่สร้างเนื้อหาหรือข้อมูลให้มี



ความน่าเชื่อถือ และมีข้อสรุปที่มีความเที่ยงตรงจากเนื้อหาไปสู่บริบทของเนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์ (Krippendorff, 2004) กระบวนการวิเคราะห์ข้อ มูลของการศึกษานี้ประกอบด้วย สี่ขั้นตอน คือ การจัดระเบียบข้อมูล การให้รหัสข้อมูล การแสดงข้อมูล สุดท้าย คือ การสรุปการตีความและการตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย

ผลการศึกษา

พบว่าตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งสามกลุ่มประกอบด้วย กลุ่มภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและกลุ่มชุมชน มีความคิดเห็นว่าการปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยห้าปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยแรก การมีจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว จิตสำนึกของเจ้าบ้าน ได้แก่ จิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ จิตสำนึกในการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว จิตสำนึกในการบริการ และการยึดหลัก “บวร” (บ้าน วัดและโรงเรียน) จิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ จิตสำนึกในการเคารพกฎระเบียบ และจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด ปัจจัยที่สอง การประสานงานและความร่วมมือ ได้แก่ การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน การสื่อสารข้อมูลหรือประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน ปัจจัยที่สามการสนับสนุนของภาครัฐ ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณ การใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ความต่อเนื่องของนโยบาย และการสนับสนุนด้านบุคลากร ปัจจัยที่สี่การมีส่วนร่วมของประชาชนโดยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และปัจจัยสุดท้ายภาวะผู้นำ ตามลำดับ

1) ปัจจัยด้านจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาปัจจัยด้านจิตสำนึกพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งกลุ่มภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มประชาชนมีความเห็นว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาคนก่อน หากคนได้รับการพัฒนาแล้วจะนำไปสู่ความสำเร็จในทุก ๆ ด้านไม่จำเพาะเจาะจงเพียงแต่การพัฒนาการท่องเที่ยว วิธีการพัฒนาคนที่สำคัญคือการปลูกจิตสำนึก จิตสำนึกของคนเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องมีการสร้างและปลูกฝังให้แก่คนทุกคนทั้งบุคคลที่อยู่ในฐานะเจ้าบ้าน ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนชาวนครศรีธรรมราชทุก



คน โดยปลูกจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรมจิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณ วัตถุ จิตสำนึกในการไม่เอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจิตสำนึกในการบริการ และจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุ จิตสำนึกในการเคารพกฎระเบียบ และจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด และผู้ที่มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยว

(1) จิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้าน ควรมีการสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกของเจ้าบ้านโดยการพัฒนาคนให้มีจิตสำนึกด้านต่าง ๆ ได้แก่

จิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าการที่จะมีการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการพัฒนาคนก่อน เพราะคนคือจุดเริ่มต้นของทุกสิ่งทุกอย่างถ้าสามารถจัดการกับคนได้ก็สามารถจัดการกับสิ่งอื่น ๆ ได้เช่นกัน ดังนั้นจึงต้องมีการปลูกฝังคนให้มีจิตสำนึกเรื่องคุณธรรมจริยธรรม รู้หน้าที่ของตนเอง และมีระเบียบวินัย ทั้งนี้การปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรมต้องเริ่มปลูกฝังจากกลุ่มเยาวชนแล้วต้องใช้เวลาเพื่อที่เยาวชนเหล่านั้นจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณธรรมและจริยธรรมจะทำให้สังคมมีความสุข มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นำมาซึ่งความสามัคคีความร่วมมือกันในทุก ๆ ด้านรวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชและการพัฒนาประเทศโดยรวมอีกด้วย

“การจะพัฒนาสิ่งเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นอนุรักษ์ การรักษา แต่ละด้านการเข้าถึง ที่พัก มันต้องพัฒนาคนก่อนใหม่...ต้องช่วยกันบูรณาการเข้าด้วยกันและก็ต้องใช้เรื่องของจิตสำนึกจะครบต้องจิตสำนึกเรื่องของคุณธรรมอย่างเนี่ยเรื่องสำคัญ” (G3.22)

“...แต่อีกมิติหนึ่งที่จะฝากนะครบก็คือจัดระเบียบเรื่องจิตใจของผู้คนเพื่อที่จะให้เป็นตัวอย่างและก็เกิดการเอาอย่างที่คนประวัติศาสตร์... ท่านพุทธทาสก็ฝากไว้นะครบทำอย่างไรวัฒนธรรมโพธิสัตว์นี้ก็จะกลับมาได้ เป็นงานใหญ่ซึ่งเป็นนามธรรมแต่ว่าชื่อเสียงจะหอมหวานเหมือนกับเมื่อครั้งที่โบราณ มาดูคนดูชของตกไม่เก็บเป็นยังงิ นอนไม่ปิดประตูบ้านอยู่กันยังงิ” (G1.8)

จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุ การปลูกฝังให้ประชาชนในฐานะเจ้าบ้านมีจิตสำนึกนำไปสู่การเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพซึ่งต้องเริ่มปลูกฝังกับกลุ่มเยาวชน นอกจากจะไม่ทำลายทรัพย์สินสมบัติส่วนรวมที่บรรพบุรุษรักษาไว้ให้ในทางตรงกันข้ามต้องช่วยกันอนุรักษ์ ตลอดจนต้องตระหนกอยู่เสมอว่าบรรพบุรุษสร้างโบราณสถาน โบราณวัตถุมาซึ่งเป็นสมบัติของคนนครศรีธรรมราชทุกคนไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง เพราะฉะนั้นทุกคนต้องหวงแหนและช่วยกันรักษาดูแล อาทิ การช่วยกันรักษาความสะอาด การเก็บขยะ หรือการปลูก



ต้นไม้ ซึ่งในส่วนนี้จังหวัดยังขาดอยู่ ทั้งนี้คนเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาทุกอย่างหากเมื่อไหร่ที่คนมีความพร้อมก็สามารถนำไปสู่การพัฒนาในทุก ๆ ด้านของจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

“...เราเนี่ยต้องจิตสำนึกก่อนว่าเราเป็นลูกหลานของบรรพบุรุษที่สร้างพระธาตุเนี่ยและก็พระธาตุเนี่ยคนนครทุกคนเป็นเจ้าของไม้ ๆ ใจว่าคนใดคนหนึ่งนะแล้วก็ไม้ไผ่มาเพื่อมานมัสการไม้ไผ่มาเพื่อมาดูอย่างเดียวดูแล้วก็ต้องรักษาต้องดูแลก็ต้องรักษาเหมือนกับของเราในบ้านให้มีจิตสำนึกตรงนี้...” (G3.23)

จิตสำนึกในการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ทุกวันนี้นี้ยังมี

ปัญหาที่เกิดจากการขาดจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้าน ก่อให้เกิดปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาแรกการยึดยึดขายดอกไม้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณด้านหน้าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัญหาที่มีการพูดถึงกันมากจากกรณีที่มีพ่อค้าแม่ค้าขายดอกไม้ใช้วิธีการที่ไม่เหมาะสมในการขายดอกไม้ให้นักท่องเที่ยว เช่น เอาดอกไม้มัดใส่มือเด็ก การโบกรถให้นักท่องเที่ยวจอดบริเวณหน้าวัดถึงบังคับซื้อ หรือบางครั้งทำเหมือนกับแจกฟรีแต่ตามไปเก็บเงินในภายหลัง ปัญหาที่สองการคิดอัตราค่าโดยสารเกินราคาเมื่อนักท่องเที่ยวใช้บริการรถโดยสารหรือมอเตอร์ไซด์รับจ้างหากไม่ชำนาญเส้นทางก็จะถูกคิดค่าโดยสารเกินราคาปกติ ในกรณีการจ้างเหมาแท็กซี่เหมือนกัน ปัญหาที่สามการขายอาหารเกินราคาเมื่อมีงานประเพณีหรือเทศกาลมีคนเข้ามาในจังหวัดเป็นจำนวนมากพ่อค้าแม่ค้าก็ฉวยโอกาสจากการขายอาหาร เช่น อาหารกล่องเกินกว่าราคาปกติ ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเสนอแนะว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแลอย่างจริงจังและทำความเข้าใจกับผู้ที่มีส่วนในการกระทำการดังกล่าวโดยเฉพาะประเด็นการขายดอกไม้บริเวณด้านหน้าของแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

“...น้าว่าคาญ ผม ๆ มาอยู่ตรงนี้อยู่พอสมควรพูดคุยอยู่กับ...นะครับผมเองก็พูดได้ตรงไปตรงมาว่าผมไม่ชอบ เคยพูดหลายครั้งว่าพ่อผู้คนมาถึงพอลงจากรถวิ่งเอาดอกไม้ไปจุกมือเค้าแล้วไปจุกตาเค้าแล้วซึ่งแม้จะไม่เหมือนกับ...แต่ก็เกือบไปเหมือนกันตรงนี้ก็ได้อุดหนุนกันและกันหาวิธีการ” (G1.9)

“ยกตัวอย่างนะคับสมมุติว่านครมี event อะไรใหญ่ๆ หรือมีกีฬาแห่งชาติอย่างนี้ได้ยืนมาก็คือเหมือนรถสองแถว รถมอเตอร์ไซด์อะไรอย่างนี้ จากปกติวิ่งอยู่ 10 บาท 15 บาท ก็มาขึ้นเป็น 50 60 อะไรอย่างนี้ โดยที่แบบว่าข้าวกล่องๆ หนึ่งก็มาขึ้นราคา มันแสดงให้เห็นถึงความไม่พร้อมของคนในท้องถิ่นที่ว่าไม่รู้มารยาทของการที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยว” (G2.19)



จิตสำนึกในการบริการ ผู้ที่มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

นักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกในการบริการลูกค้าอย่าคิดเพียงว่าการทำงานของพนักงานทางด้านการบริการเป็นเพียงอาชีพทำงานเพื่อรับเงินเดือนเท่านั้น ต้องให้ความสำคัญและใส่ใจต่อแขกมากกว่าหน้าที่ที่ได้รับ ไม่นินทาแขกและต้องสร้างความประทับใจแก่แขก เช่น พนักงานร้านอาหาร พนักงานโรงแรม เมื่อเห็นแขกทานอาหารเสร็จแล้วหันซ้ายหันขวาพนักงานต้องรีบเข้าไปให้บริการ พนักงานไม่ได้ทำหน้าที่เพียงอย่างเดียวต้องสามารถให้คำแนะนำในเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำได้โดยเฉพาะการแนะนำเส้นทาง บางครั้งแขกถามเส้นทาง อาทิ การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว หากพนักงานไม่ทราบเส้นทางก็ไม่ควรตอบแขกแบบผิด ๆ ในทางตรงกันข้ามต้องรีบไปหาคำตอบที่ถูกต้องมาบอกแก่แขก และต้องมีความกระตือรือร้นในการบริการ

“...จิตสำนึกอย่างหนึ่งก็คือว่าเรามีจิตสำนึกมัย เราคือคนจนเราคือเจ้าภาพเราไม่ใช่เพื่อค้าขายอย่างเดียวสิ่งหนึ่งที่จะคุยกันร้านอาหาร เพราะฉะนั้นเค้าจะถามเส้นทางไปวัดพระธาตุหรือยังไงก็แล้วแต่ ถ้าเค้าไม่รู้เค้าไม่ควรจะตอบเลย คำที่ไม่ควรจะตอบคือว่าไม่รู้ถูกมัยเค้าถ้าเค้ารู้เขาก็ตอบ ถ้าเค้าไม่รู้ผมยังบอกเด็กเลยว่าไม่ต้องกลัวจะรบกวนให้บอกเลย เราก็ต้องหาผู้รู้” (G2.16)

(2) จิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ควรมีการปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุ ควรมีการปลูก

จิตสำนึกของนักท่องเที่ยวและสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษา เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถาน ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวบางส่วนที่มาชมโบราณสถาน ยังขาดจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีซึ่งได้กระทำการในลักษณะที่เป็นการทำลายให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และเสื่อมคุณค่าทางศิลปกรรม วัฒนธรรม และโบราณคดี ก่อการกระทำที่ผิด ๆ โดยเฉพาะการขีดเขียนตามวัตถุต่าง ๆ เช่น เศียรช้าง กระดุกปลาวาฬ หรือการทำพิธีบูชาที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่โบราณวัตถุ เช่น ทำให้พระพุทธรูปเสียหาย หรือชำรุด

“...บางคนเขียนว่าฉันมาที่นี่แล้วนะซื้อลงชื่อตรงนี้ อีกอันที่เราเห็นเยอะมากแล้วหลักฐานเต็มไปหมดที่กระดุก ก็คิดว่ากระดุกคือของแข็งมันให้ร่างกายได้แข็งแรงไปตีความเชื่อของตัวเองมันก็มีที่เสาคานไม้ก็คิดว่าให้ความแข็งแรงให้ตัวเองเขียนชื่อตัวเองตรงไหนที่ว่าให้ตัวเอง เมื่อมีหนึ่งคนโอโหมา ผมคิดว่าที่แรกเห็นที่ปลาวาฬเนี่ยสาม สี่ ชื่อ ตอนนั้นที่กระดุกนี้แทบไม่มีกระดุกเลยเห็นแต่



ซื้อเต็มไปหมดเลยนี่คือการทำลายโดยที่ชาวจิตสำนึกโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์” (G3.28)

“...ตอนนี้มีปัญหาว่าเคียร์ช่างเขียนเต็มไปหมดเลยครับภาษาจีนอะไรต่าง ๆ และตัวเลขก็มีคนจีน
เค้าจะเค้าไม่รู้ มัคคุเทศก์ไม่แจ้งมาถึงปั๊บเค้าก็ปล่อยจะทำอะไรก็ทำ” (G2.11)

จิตสำนึกในการเคารพกฎระเบียบ นักท่องเที่ยวบางคนละเลยในการปฏิบัติตามกฎระเบียบการเข้าชมที่สถานที่ท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ กล่าวคือ การแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่ถูกกาลเทศะ เป็นการไม่เคารพสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวหญิงบางคน นุ่งสั้น สวมเสื้อรัดรูปจนพิดเข้ามาในวัด ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นการทำลายพุทธศาสนาอีกรูปแบบหนึ่ง อย่างไรก็ตามทางแหล่งท่องเที่ยวแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการบริการเสื้อคลุมสีขาวไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่แต่งกายไม่เหมาะสม แต่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าถ้ามีนักท่องเที่ยวที่แต่งกายไม่เหมาะสมจำนวนมากเสื้อคลุมที่มีไว้บริการก็ไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงควรแก้ปัญหาที่ต้นเหตุโดยการปลูกจิตสำนึกในการแต่งกายให้ถูกกาลเทศะและสถานที่ที่จะเป็นการดีที่สุด

“นักท่องเที่ยวบางคนเท่าที่สังเกตแต่ว่าอาจจะเป็นส่วนน้อยนุ่งสั้น อยากจะให้เขาคำนึงว่าการมาวัดไม่ว่าวัดที่ไหนก็แล้วแต่นะมันไม่สมควรที่จะใส่สั้นอะไรประมาณนี้” (G2.20)

“...เราจะเห็นการประชาสัมพันธ์ในส่วนของคน การแต่งกายว่าบางคนมานุ่งสั้นเลยแต่ตอนนี้ก็แก้ปัญหาทางวัดก็ให้มีเสื้อคลุมสีขาว...” (G2.21)

อีกทั้งการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบในการเข้าชม เช่น การห้ามถ่ายรูปในพิพิธภัณฑ์แต่ยังมีคนแอบแฝงมาลักลอบถ่ายรูปลายทองโบราณเพื่อไปทำลายทองขาย หรือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการโครงการมหรสพสมบัติที่เป็นของเก่าของชาติเพราะทองที่อยู่ในพิพิธภัณฑ์ภายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นทองที่มีผู้คนนำมาถวายเจ้าเมืองในอดีตซึ่งเป็นของเก่าที่หายากและประเมินมูลค่าไม่ได้

“...จิตสำนึกของคน ด้วยว่าเข้าไปปั๊บ ๆ บางคนก็แอบไปทำลายทองขาย บางคนก็มีลายใหม่ ๆ เค้ามาขอถ่ายลายเนี่ยมันไม่ได้ขอมาถ่ายแอบถ่ายเพื่อไปทำเพื่อขาย ...เพื่อเป็นเอเยนในการขโมยต่อไปว่าสิ่งของชิ้นนี้ให้เอามันมีธุรกิจอันนี้เข้ามาเมื่อก่อนที่กลัวของหาย...ตรงนี้นั้นเป็นเรื่องของจิตสำนึกของคนด้วยในการทำลาย...” (G3.21)

จิตสำนึกในการรักษาความสะอาด เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวชาวจิตสำนึก ทั้งขยะไม่เป็นที่ เช่น ถูใส่อาหารเมื่อรับประทานเสร็จตรงไหนก็ทิ้งตรงนั้น หรือถู

ใส่อาหารนกเมื่อใช้เสร็จก็ไม่ทิ้งลงถังขยะ และไม่ช่วยกันรักษาความสะอาด มีการทิ้งขยะเคลื่อน บริเวณวัดในวันที่มีงานประเพณีหรือเทศกาล เช่น งานแห่ผ้าขึ้นธาตุซึ่งเป็นวันที่มีประชาชนมาทำบุญกันเป็นจำนวนมากและปริมาณของขยะก็มีจำนวนมากเช่นกัน

“...ตามนิสัยของนักท่องเที่ยวบ้านเราอะนะคือกินตรงไหนทิ้งตรงนั้นไม่มีที่ทิ้งขยะถังขยะถึงขยะมันไม่เดินไปทิ้งขยะ และถุงอาหารให้นกเนี่ยให้อาหารนกหมดแล้วก็ทิ้งไว้ตรงนั้นแหละ...” (G1.7)

“...เพราะบางคนถือแก้วน้ำเข้าไปด้วยที่นี้ขยะปัญหาที่เกิดขึ้นตรงนี้ถึงขยะอาจจะไม่มีเพียงพอ บางคนไปถึงปั๊บก็นั่งที่ต้นไม้เลยก็ไปแล้วขาดจิตสำนึกอันหนึ่ง” (G3.27)

2) ปัจจัยด้านการประสานงานและความร่วมมือ

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการประสานงานและความร่วมมือ พบว่า ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนมีความเห็นว่าการประสานงานที่ดีและความร่วมมือจากทุกฝ่ายโดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐ อาทิ จังหวัด สำนักงาน กรมศิลปากร องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน การสื่อสารข้อมูลและการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน กล่าวคือ

(1) **การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน** คิดร่วมกันเน้นการทำงานเป็นทีม ไม่ใช่ต่างฝ่ายต่างทำเหมือนเช่นทุกวันนี้ ทุกฝ่ายควรร่วมมือกันตลอดจนการติดต่อประสานงาน และการสื่อสารที่ดีและชัดเจนระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกันและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นำมาซึ่งความร่วมมือในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ

“...ทุกคนควรอยู่ในหลักคิดเดียวกันว่านี่คือสมบัติของชาติและสมบัติของโลกไม่ใช่สมบัติของคนนคราแต่ฝ่ายเดียวนี้ครับ ความร่วมมือจะมีส่วนด้วยซ้ำไปคนได้เห็น...” (G.1.5)

“...ในเรื่องการท่องเที่ยว...หน่วยงานทุกหน่วยงานเนี่ยต้องบูรณาการเข้าด้วยกันแต่ถ้าคิดอยู่อย่างเหมือน ...คิดอยู่คนเดียวอย่างนั้นมันเป็นไปได้หรอก ต้องวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้ว่าราชการจังหวัด วัฒนธรรม นายกเทศมนตรีและที่ต่าง ๆ อยู่ใกล้เพราะว่ามันเป็นส่วนรวมทางด้านจิตใจ” (G3.22)

(2) การสื่อสารข้อมูลและการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน ให้ได้รับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐในรูปแบบของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่สามารถให้เข้าถึงประชาชนทุกระดับได้ง่าย หรือการให้ความรู้แก่ประชาชนในสิ่งที่ภาครัฐกำลังดำเนินงานอยู่ เช่น เรื่องการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวสู่มรดกโลก ภาครัฐควรให้ประชาชนได้รับรู้ถึงข้อดี ข้อเสีย ประชาชนจะได้อะไรและเสียอะไรถ้าหากแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นมรดกโลก เนื่องจากปัจจุบันนี้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ขาดการรับรู้และเข้าใจว่าหน่วยงานของรัฐกำลังทำอะไร ตัวแทนประชาชนกล่าวว่าส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูล ข้อดีและข้อเสีย รวมทั้งไม่ทราบว่าต้องมีการเตรียมพร้อมอย่างไรหากแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นมรดกโลก ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยากให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทุกคนควรทราบและทำความเข้าใจ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวภายใต้หลักคิดที่ว่าโบราณสถานเป็นสมบัติของทุกคนไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง

“...การท่องเที่ยวแห่งชาติ รัฐไปให้ความรู้ให้ข้อมูล ภาครัฐให้มีความรู้ให้มีความพร้อม....ตรงนี้ต้องให้ทางประชาชนได้รับทราบได้รับรู้ข้อมูล ข้อดีข้อเสีย เหมือนคำว่าดีก็ให้ชัดเลย ให้วิเคราะห์เลย ต้องไปให้ความรู้เขาก่อนเป็นพื้นฐานเลยในส่วนตรงนี้ว่าเขาได้อะไรเขาเสียอะไร และคุณต้องเตรียมพร้อมในด้านใดบ้าง...” (G3.28)

“...เราขาด PR นะ เราขาดการ focus group นะ จริง ๆ ถ้าเชิญแม่ค้ามานั่ง focus group ผมเชื่อว่าเรามีทั้งบวกทั้งลบ เอาทั้งบวกและลบนี้มานั่งวิเคราะห์กัน...” (G3.27)

3) ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ผลการศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าภาครัฐควรมีการสนับสนุนในสามประเด็น ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ความต่อเนื่องของนโยบาย และการสนับสนุนด้านบุคลากร

(1) การสนับสนุนงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การพัฒนาบุคลากรซึ่งมีการจัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในหลาย ๆ หลักสูตร ในทางปฏิบัติต้องให้ผู้เข้าร่วมการอบรมมีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อเสร็จสิ้นการอบรมก็สามารถนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ควรประเมินผลความสำเร็จของโครงการที่คุณภาพของผู้เข้าอบรมมากกว่าปริมาณหรือจำนวนผู้เข้าอบรม

“การพัฒนาศักยภาพในเรื่องของพนักงานหรือบุคลากรที่อยู่ในส่วนของงานบริการ หรือพัฒนาในเรื่องของมาตรฐาน ไ้ตรงนี้เวลาน่าจะ มุ่งหวังที่ต่อบรรยากาศที่เข้าร่วมนะมันไม่ได้ตอบโจทย์ มันเป็น



โจทย์เรื่องของการหาบุคลากรหาสมาชิกมานั่งร่วมประชุมให้ครบองค์... มันก็ไม่สามารถหาได้
หรือบุคลากรที่ได้มาตรฐานอันนี้พูดถึงในส่วนของภาษาอะไรที่จะต้องมารับรองโจทย์
ด้วย...” (G1.6)

(2) **ความต่อเนื่องของนโยบาย** ในการพัฒนาการท่องเที่ยวภาครัฐควร
สนับสนุนและมียุทธศาสตร์ในการทำงานที่มีความต่อเนื่องกันไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารซึ่ง
เกิดจากการโยกย้ายตำแหน่งหรือเกษียณอายุก็ไม่ควรให้การทำงานเกิดการล่าช้าออกไป เพราะที่
ผ่านมาผู้บริหารบางท่านเน้นนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันเมื่อมีการ
เปลี่ยนแปลงผู้บริหารนโยบายก็เปลี่ยนด้วย เช่น การเน้นการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรของ
จังหวัดซึ่งก็เป็นเรื่องที่ดีเพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชประชาชนมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม แต่
การดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวควรได้รับการสานต่อไม่ควรหยุดชะงักลง
“ที่นี้มันเหมือนกับต้องคำสาปอะนะความรู้สึกผม....นครเปลี่ยนผู้นำ เทศบาลเปลี่ยนผู้นำ และที่
เปลี่ยนผู้นำ การเปลี่ยนผู้นำถ้าเราคิดแบบแฟร์ ๆ นะอะไรดีเราก็สานต่อ แต่ผู้นำบางคนบอกว่า
อะไรที่นายทำขึ้นไม่ทำขึ้นต้องทำตรงกันข้ามถูกมั๊ย” (G2.16)

(3) **การสนับสนุนด้านบุคลากร** การสนับสนุนโดยการพัฒนาบุคลากร
ทางด้านการบริการ เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานร้านอาหาร ผู้ให้บริการรถโดยสารและ
บุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันยังขาดความรู้ที่จะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ขาดความ
กระตือรือร้นในการให้บริการ ทัศนคติที่ติดลบจนความชำนาญและทักษะที่จำเป็นในการบริการ
ความสามารถในการใช้ภาษาและสื่อสารกับชาวต่างประเทศ และที่สำคัญการพัฒนาบุคลิกภาพ
ของนครศรีธรรมราชซึ่งมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างแข็งและดุดันเป็นจุดอ่อนของงานบริการ
หน่วยงานภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนในการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีทักษะในการบริการ
นักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

“การบริการ... นื่อง ๆ ที่บริการนะเรามาแล้วคือเราพาแขกมาแล้วเราเข้าไปแล้วมันไม่ใช่อะ นี่
ร้านอาหาร โรงแรม รถ วินมอเตอร์ไซด์เออ รถสองแถวเอออะไรอย่างนี้ พยายามให้แบบไม่ใช่คน
เข้ามาปู้ปั้งหนี่ พี่เห็นนะวินมอเตอร์ไซด์ปู้ป้อรถสองแถว รถบัสจอดปู้ปี้วินมอเตอร์ไซด์โพก
หัวมั้งอะไรมั้ง มา ๆๆ อย่างนี้พี่มองแล้วมันไม่ใช่อะมันต้องอย่างน้อยคุณควรเข้าไปพูดกับเขาดี ๆ
ว่าไปวินมอเตอร์ไซด์มั้ยะ อันนี้มา ๆๆ ถ้าคนต่างบ้านต่างเมืองมาเค้าจะไปเธอ” (G1.2)



4) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการศึกษาปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าปัจจัยที่ช่วยให้การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ ประชาชนควรได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการรับรู้ในโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะสามารถช่วยให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวเป็นสมบัติของประชาชนทุกคนโดยเฉพาะชาวนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาทั้งทางบวกและทางลบและทั้งผลกระทบโดยตรงและโดยทางอ้อม ซึ่งในปัจจุบันนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นบุคลากรของหน่วยงานราชการ การกระจายสู่ประชาชนรากหญ้ายังมีน้อย ดังนั้นสิ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมคือการบริจาคหรือร่วมกันทำบุญด้วยจิตศรัทธาที่มีต่อโบราณสถาน แต่ยังขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือบริหารจัดการและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ส่วนหนึ่งคำแนะนำเรื่องของการขาดในเรื่องของส่วนร่วมของภาคประชาชนว่าการจัดการต่อไปที่ตรงนี้ควรจะมีส่วนร่วมของประชาชนยัง...” (G3.21)

“...คิดว่าในภาคประชาชนไม่มี แต่ว่าตอนถ้าประชุมนี้เขาประชุมกันบ่อยมาก...ราชการเขาก็ประชุมประชุมในกลุ่มของเขาดำเนินการกันตรงนั้น แต่เขาไม่ได้กระจายสู่รากหญ้า...” (G3.28)

5) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำชุมชน ผลการศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าการมีผู้นำที่ดีในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นจะช่วยให้การพัฒนาประสบความสำเร็จ โดยประกอบด้วยสองประเด็น ได้แก่ การยอมรับความเห็นต่างจากทุกฝ่าย และการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

การยอมรับความเห็นต่างจากทุกฝ่าย ผู้นำจะต้องมีการยอมรับฟังความเห็นต่างจากทุกฝ่ายโดยเฉพาะความคิดเห็นของภาคเอกชนและภาคประชาชนเพื่อหาข้อสรุปในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ผู้นำต้องไม่ปิดกั้นในการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมทั้งมีการให้ข้อมูลแก่ประชาชนถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวทั้งแง่บวกและแง่ลบต่อชุมชน ควรสร้างความประทับใจให้กับประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เป็นผู้มีความความเสียสละคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว



“ผู้นำควรยอมรับความเห็นจากทุก ๆ ฝ่าย โดยเฉพาะความเห็นจากภาคผู้ประกอบการและประชาชน บางครั้งแม้ว่าจะเป็นความเห็นที่แตกต่างกัน แต่ควรรับฟังเพื่อที่จะได้นำข้อดีไปใช้ในการพัฒนา” (G1.3)

การคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว โดยตระหนักอยู่เสมอว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นทรัพย์สินสมบัติของทุกคนไม่ใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นผู้ที่ผู้นำทั้งผู้นำจากภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชต้องมีความเสียสละจึงจะทำให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ

“...วันนั้นมันไม่มีผู้นำที่แท้จริงไม่มีผู้เสียสละที่แท้จริงที่จะให้ความรู้ให้ข้อมูลและที่จะมาแก้ต่างก็ไม่ค่อยมี ทำเป็นพูดต่างคนต่างคิดต่างคนต่างพูดนะครับ...” (G3.28)

“คนที่เป็นผู้นำต้องเอาผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ประโยชน์ส่วนตัวต้องมาทีหลังและต้องคิดอยู่เสมอว่าวัดพระมหาธาตุฯ เป็นสมบัติของส่วนรวมเป็นสมบัติของชาวนครศรีฯทุกคน” (G2.13)

การอภิปรายผลการศึกษา

ผลของการศึกษาปัจจัยด้านจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านจิตสำนึกเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ประกอบด้วยจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้าน ได้แก่ จิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุ จิตสำนึกในการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจิตสำนึกในการบริการและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ จิตสำนึกในการเคารพกฎระเบียบ และจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด สอดคล้องกับ S. Wang et al. (2011) เสนอแนะว่าคนในท้องถิ่นควรมีความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนควรมีความตระหนักในการให้ความร่วมมือกับชุมชน ความร่วมมือระหว่างองค์กร และสถาบันต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับ Lewis (2001) and Mitchell (2001) สนับสนุนว่าความตระหนักในการมีส่วนร่วมของชุมชนและการเป็นเจ้าของทรัพยากรเป็นการริเริ่มในการช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในระยะยาว



ผลของการศึกษาปัจจัยด้านการประสานงานและความร่วมมือ พบว่า ปัจจัยด้านการประสานงานที่ดีและความร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยการทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน และการสื่อสารข้อมูลและการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน สอดคล้องกับ Blackman et al. (2004) and Murphy and Boyle (2006) สนับสนุนว่าการประสานงานและความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และหุ้นส่วนอื่น ๆ กับองค์กรการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและธุรกิจ ในท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม Tosun (2006) กล่าวว่า การขาดการประสานงานระหว่างฝ่ายที่เกี่ยวข้องและขาดการให้ข้อมูลแก่ประชาชนในท้องถิ่นเป็นปัญหาหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว การขาดการประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างแต่ละฝ่ายของภาครัฐไม่เพียงแต่จะทำลายคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลถึงวิธีการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย

ผลของการศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ความต่อเนื่องของนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการสนับสนุนด้านบุคลากร สอดคล้องกับ Wilson et al. (2001) สนับสนุนว่า การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การพัฒนาจะประสบความสำเร็จหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของท้องถิ่นในทางตรงกันข้าม การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จถ้าหากขาดความร่วมมือจากหน่วยงานดังกล่าว ในทิศทางเดียวกัน Qin et al. (2011) ยืนยันว่าการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ อาทิ ให้การศึกษารวมทั้งการพัฒนาและสนับสนุนอาชีพ สนับสนุนบุคลากร ผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผลของการศึกษาปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับ Blackman et al. (2004) สนับสนุนว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ในทิศทางเดียวกัน K. Andriotis (2000) ยืนยันว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นตลอดกระบวนการตั้งแต่การวางแผนการท่องเที่ยว การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา การดำเนินโครงการและการประเมินผล

ผลการศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ผู้นำต้องมีการยอมรับความเห็นต่างจากทุกฝ่าย และการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว สอดคล้องกับการศึกษาของ

Wilson et al. (2001) พบว่าความสำเร็จของการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีผู้นำที่ดี ทั้งนี้เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องเป็นคนที่เข้าใจความสำคัญของการท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริม ตลอดจนความกระตือรือร้นของผู้นำจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จ เช่นเดียวกันกับ McKercher et al. (2004) สนับสนุนว่าการเป็นผู้นำที่เข้มแข็งเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญของการที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีชื่อเสียง

สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด นครศรีธรรมราช ประกอบด้วย จิตสำนึกของเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การปลูกจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม การอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ การไม่เอารััดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การบริการ ส่วนจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต้องปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ การเคารพกฎระเบียบ และการรักษาความสะอาด ปัจจัยที่สองคือการประสานงานที่ดีและความร่วมมือ ซึ่งต้องมีการทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน และการสื่อสารข้อมูล การประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน ปัจจัยการสนับสนุนของภาครัฐในท้องถิ่น สำหรับปัจจัยนี้สิ่งที่ภาครัฐควรคำนึงถึงคือการสนับสนุนงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนความต่อเนื่องของนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการสนับสนุนด้านบุคลากร ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ต้องให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และปัจจัยสุดท้ายคือภาวะผู้นำชุมชน โดยผู้นำต้องยอมรับความเห็นต่างจากทุกฝ่าย และคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

ประโยชน์ทางทฤษฎีและการจัดการ

ผลประโยชน์ทางทฤษฎีคือ หลักการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5 ปัจจัย คือ จิตสำนึกของเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว โดยเจ้าบ้านจะต้องมีจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม การอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ การไม่เอารััดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การบริการ ส่วนนักท่องเที่ยวต้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ การเคารพกฎระเบียบ และการรักษาความสะอาด ตามด้วยปัจจัยการประสานงานและความร่วมมือ การสนับสนุนของภาครัฐในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และผู้นำที่ดี

ประโยชน์ทางการจัดการ ประการแรก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในส่วนของภาพรวมทั้งหมดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีศักยภาพมากขึ้นในการรองรับนักท่องเที่ยว ประการที่สอง หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดแผนการพัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และประการที่สามข้อมูลที่ได้จากรายงานวิจัยฉบับนี้ใช้เป็นแนวทางสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงความเข้าใจ ความรู้สึก ประสบการณ์ และความคิดเห็นของคน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนั้นการศึกษาในอนาคตอาจมีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวัดและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และควรทำการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- Akama, J. S. (2002). **The role of government in the development of tourism in Kenya.** International Journal of Tourism Research, 4(1), 1-13.
- Andriotis, K. (2000). **Local community perceptions of tourism as a development tool: The island of Crete.** (Doctor of Philosophy), Bournemouth University, The United Kingdom.
- Andriotis, K. (2002). **Local authorities in Crete and the development of tourism.** Local authorities in Crete and the development of tourism, 13(2), 53-62.
- Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2012). **Understanding the role of stakeholder in the formation of tourist friendly destination concept.** Journal of Management and Sustainability, 2(2), 69-74.
- Aref, F., Gill, S. S., & Aref, F. (2010). **Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach.** Journal of American Science, 6(2), 155-161.

- Ashton, A. S. (2015). **Developing a Tourist Destination Brand Value: The Stakeholders' Perspective**. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 398-411.
- Aziz, A. (2002). **An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island As A Domestic Tourist Destination Based on the Importance and Perceptions of Different Types of Attractions**. (Doctor of Philosophy), Michigan State University, USA.
- Baloglu, S., & Mangalolu, M. (2001). **Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents**. *Tourism management*, 22(1), 1-9.
- Begum, H., Er, A. C., Alam, A. F., & Sahazali, N. (2014). **Tourist's perceptions towards the role of stakeholders in sustainable tourism**. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144(313), 321.
- Belkadi, F., Bonjour, E., Camargo, M., Troussier, N., & Eynard, B. (2013). **A situation model to support awareness in collaborative design**. *International Journal of Human-Computer Studies*, 71(1), 110-129.
- Ben-Dalia, S., Collins-Kreiner, N., & Churchman, A. (2013). **Evaluation of an urban tourism destination**. *Tourism Geographies*, 15(2), 233-249.
- Bernini, C., & Cagnone, S. (2014). **Analysing tourist satisfaction at a mature and multi-product destination**. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 1-20.
- Blackman, A., Foster, F., Hyvonen, T., Jewell, B., Kuilboer, A., & Moscardo, G. (2004). **Factors contributing to successful tourism development in peripheral regions**. *The Journal of Tourism Studies*, 15(1), 59-70.
- Bornhorst, T., Ritchie, J. B., & Sheehan, L. (2010). **Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives**. *Tourism management*, 31(5), 572-589.
- Boyd, S. W., & Singh, S. (2003). **Destination communities: Structures, resources and types**. In S. Singh, D. J. Timothy, & R. K. Dowling (Eds.), *Tourism in destination communities*. Oxford, England: CAB International.
- Bramwell, B., & Sharman, A. . (1999). **Collaboration in local tourism policymaking**. *Annals of tourism research*, 26(2), 392-415.
- Brohman, J. (1996). **New directions in tourism for third world development**. *Annals of tourism research*, 23(1), 48-70.
- Butler, R. W. (1996). **The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried?** . *Progress in tourism and hospitality research*, 2(3-4), 283-293.



- Campbell, L. M. (1999). **Ecotourism in rural developing communities**. *Annals of tourism research*, 26(3), 534–553.
- Chen, C. M., Chen, S. H., & Lee, H. T. (2010). **Assessing destination image through combining tourist cognitive perceptions with destination resources**. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 11(1), 59-75.
- Chhabra, D. (2009). **Proposing a sustainable marketing framework for heritage tourism**. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 303-320.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). **Sustainability indicators for managing community tourism**. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
- Choibamroong, T. (2009). **The role of local Administrative Organization in sustainable tourism development**. Bangkok: Cabinet Publishing and Gazette Office.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). **Tourism Principles and Practice (4th ed.)**. Harlow, UK: FT Prentice-Hall.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). **The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions**. *Tourism management*, 30(3), 336-344.
- Crouch, G. I. (2010). **Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes**. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27.
- De Oliveira, J. A. P. (2003). **Governmental responses to tourism development: three Brazilian case studies**. *Tourism management*, 24(1), 97-110.
- Dredge, D. (2001). **Local government tourism planning and policy-making in New South Wales: Institutional development and historical legacies**. *Current Issues in Tourism*, 4(2-4), 355-380.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). **Destination competitiveness: determinants and indicators**. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Edgell, D. L. (1990). **International Tourism Policy**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). **Tourism destination competitiveness: a quantitative approach**. *Tourism management*, 25(6), 777-788.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2005). **Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality**. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.
- Formica, S., & Uysal, M. (2006). **Destination attractiveness based on supply and demand evaluations: An analytical framework**. *Journal of Travel Research*, 44(4), 418-430.

- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). **The Siscovery of Grounded theory**. New York: Aldine.
- Godfrey, K. B. (1998). **Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: A view from local government**. *Tourism management*, 19(3), 213-224.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). **Tourism: Principles, Practices and Philosophies**. NY: John Wiley and Sons.
- Gordin, V. E. (2011). **Development of Cultural Tourism in a Megacity: The St. Petersburg Phenomenon**. *Regional Research of Russia*, 1(4), 44-350.
- Guba, E. (1987). **Toward a Methodology of Naturalistic Inquiry in Educational Evaluation**. Monograph 8. Los Angeles, CA: UCLA Center for the Study of Evaluation.
- Gunn, C. A. (1994). **Tourism Planning**. New York: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A. (2002). **Tourism planning: Basics concepts cases**. London: Routledge.
- Hassan, S. S. (2000). **Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry**. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Haukeland, J. V. (2011). **Tourism stakeholders' perceptions of national park management in Norway**. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 133-153.
- Henderson. (2007). **Destination Development**. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(3-4), 33-45.
- Henkel, R., Henkel, P., Agrusa, W., Agrusa, J., & Tanner, J. (2006). **Thailand as a tourist destination: Perceptions of international visitors and Thai residents**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 269-287.
- Holloway, J. C. (1998). **The Business of Tourism**. Addison-Wesley Longman Limited, New York. New York: Addison Wesley Longman.
- Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2006). **Destination image and destination personality: An application of branding theories to tourism places**. *Journal of business research*, 59(5), 638-642.
- Hughes, H. L. (2002). **Culture and tourism: a framework for further analysis**. *Managing Leisure*, 7(3), 164-175.
- .Ismail, R. (2008). **Development of a normative model for cultural tourism on the Cape Flat**. (Master), Cape Peninsula University of Technology, Republic of South Africa.
- Ivanovic, M. (2008). **Cultural tourism**. South Africa: Juta & Company.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). **Collaboration theory and community tourism planning**. *Annals of tourism research*, 22(1), 186-124.



- Ladkin, A., & Bertramini, A. M. (2002). **Collaborative tourism planning: A case study of Cusco, Peru**. *Current Issues in Tourism*, 5(2), 71-93.
- Lee, C. F., Huang, H. I., & Yeh, H. R. (2010). **Developing an evaluation model for destination attractiveness: sustainable forest recreation tourism in Taiwan**. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 811-828.
- Lee, C. F., & King, B. (2006). **Assessing destination competitiveness: An application to the hot springs tourism sector**. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3(3), 179-197.
- Lewis, J. (2001). **Self-developed rural tourism: A method of sustainable tourism development**. In S. McCool & R. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Long, P.T., Perdue, R. R., & Allen, L. (1990). **Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism**. *Journal of Travel Research*, 28(3), 9.
- Lopez-Toro, A. A., Diaz-Munoz, R., & Perez-Moreno, S. (2010). **An assessment of the quality of a tourist destination: The case of Nerja, Spain**. *Total Quality Management*, 21(3), 269-289.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). **Cultural rural tourism: Evidence from Canada**. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 307-322.
- Mbaiwa, J. E. (2007). **Local community attitudes towards Wildlife conservation and community based natural resources management in Ngamiland District, Botswana**. In B. Schuster & O. T. Thakadu (Eds.), *Natural resources management and people Gaborone: IUCN CBNRM Support Programme*.
- McCain, G., & Ray, N. M. (2003). **Legacy Tourism: The Search for Personal Meaning in Heritage Travel**. *Tourism Management*, 24(6), 713-717.
- McKercher, B., & Ho, P. S. (2006). **Assessing the tourism potential of smaller cultural and heritage attractions**. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 473-488.
- McKercher, B., Ho, P. S., & du Cros, H. (2004). **Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong**. *Annals of tourism research*, 31(2), 393-407.
- Mitchell, R. (2001). **Community perspectives in sustainable tourism: Lessons from Peru**. In S. McCool & R. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Mohamed, G. A. (2008). **Egypt's image as a tourist destination: a perspective of foreign tourists**. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 3(1), 36-65.



- Muganda, M., Sirima, A., & Ezra, P. M. (2013). The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania. *Journal of Human Ecology*, 41(1), 53-66.
- Murphy, C., & Boyle, E. (2006). Testing a conceptual model of cultural tourism development in the post-industrial city: A case study of Glasgow. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 111-128.
- Nunkoo and Gursoy, (2012) **Residents' support for tourism: An identity perspective**. *Annals of tourism research*, 39(1), 243-268.
- O'Brien, D. J., & Hassinger, E. W. (1992). **Community attachment among leaders in five rural Communities**¹. *Rural Sociology*, 57(4), 521-534.
- Page, S. J., & Dowling, R. K. (2002). **Ecotourism**. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Palmer, C. (1999). **Tourism and the Symbols of Identity**. *Tourism Management*, 20(3), 313-321.
- Patton, M. Q. (1990). **Qualitative evaluation and research methods**. Beverly Hills, CA: Sage.
- Pedford, J. (1996). **Seeing is Believing: The Role of Living History in Marketing Local Heritage**. In T. Brewer (Ed.), *The Marketing of Tradition* (pp. 13-20). Enfield Lock: Hisarlink Press.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1995). **Resident support for gambling as a tourism development strategy**. *Journal of Travel Research*, 34(2), 3-11.
- Qin, Q., Wall, G., & Liu, X. (2011). **Government roles in stimulating tourism development: A case from Guangxi, China**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(5), 471-487.
- Radisic, B. B., & Mihelic, B. (2006). **The tourist destination brand**. *Tourism and Hospitality Management*, 12(2), 183-189.
- Richards, G. (1997). **National heritage tourism forum, review and summary**. Cleveland: OH: Ohio Division of Travel and Tourism.
- Ritchie, J. B. (1988). **Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research**. *Tourism management*, 9(3), 199-212.
- Ross, S., & Wall, G. (1999). **Evaluating ecotourism: the case of North Sulawesi, Indonesia**. *Tourism management*, 20(6), 673-682.
- Scheyvens, R. (1999). **Ecotourism and the empowerment of local communities**. *Tourism management*, 20(2), 245-249.



- Silberberg, T. (1995). **Cultural Tourism and business opportunities for museums and heritage places.** *Tourism management*, 16(5), 361-365.
- Simmons, D. G. (1994). **Community participation in tourism planning.** *Tourism management*, 15(2), 98-108.
- Simpson, K. (2001). **Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development.** *Current Issues in Tourism*, 4(1), 3-41.
- Stafford Group, te Hau, H., & McIntosh, A. (2000). **Closing the Gaps – He Matai Tapoi Maori, Barriers and Impediments Short Report.** Retrieved from Wellington:
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). **Tourism and the Economic Crisis in Kavala, Greece.** *Annals of tourism research*, 44(210-226).
- Tam, B. T. (2012). **Application of contextual approach for measuring tourism destination attractiveness.** *Journal of Science, Hue University*, 70(1), 217-226.
- Timothy, D. J. (1998). **Cooperative tourism planning in a developing destination.** *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 52-68.
- Tosun, C. (2006). **Expected Nature of Community Participation in Tourism Development.** *Tourism Management*, 27(3), 493-504.
- Walsh, J., Jamroz, U., & Burr, S. (2001). **Sense of place as a component of sustainable tourism marketing.** In S. McCool & R. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: linking culture and the environment*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Wang, S., Yamada, N., & Brothers, L. (2011). **A Case Study: Discussion of Factors and Challenges for Urban Cultural Tourism Development.** *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 553-569.
- Wang, Y., & Wall, G. (2007). **Administrative arrangements and displacement compensation in top-down tourism planning - A case from Hainan Province, China.** *Tourism management*, 28(1), 70-82.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Es, J. C. V. (2001). **Factors for Success in Rural Tourism Development.** *Journal of Travel Research. Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138.
- Ximba, E. Z. (2009). **Cultural and heritage tourism development and promotion in the Ndwedwe municipal area: perceived policy and practice.** (Master), University of Zululand, Republic of South Africa.
- Zhang, H. Q., Chong, K., & Ap, J. (1999). **An analysis of tourism policy development in modern China.** *Tourism management*, 20(4), 471-485.

