

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความวิจัย รายงานการวิจัย และการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยการนำมั้งเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของในเขตตำบลฝายหลวง อำเภอ ลับแล จังหวัด อุตรดิตถ์ ซึ่งขอนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
4. แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2550-2554
6. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด
7. สภาพทั่วไปอำเภอลับแลและตำบลฝายหลวง
8. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการตั้งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถ เรียนรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมและผลผลิต ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ่ายทอดเสริมสร้างเอตทัคคะ และแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุข สันติสุขและอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. 2535. ออนไลน์)

“วัฒนธรรม” เป็นคำที่เกิดขึ้นในภาษาไทย ในสมัยที่รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี ได้มองเห็นความสำคัญของเรื่องนี้ คำเดิมภาษาอังกฤษ คือ“Culture” ในตอนแรก “พระมหารุ่น” แห่งวัดมหาธาตุได้แปลคำนี้ว่า“ภูมิธรรม” แต่กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงเล็งเห็นว่า คำว่า“ภูมิธรรม” มีความหมายค่อนข้างคงที่ พระองค์ท่านทรงมีความประสงค์ให้คำนี้มีความหมายในลักษณะเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงทรงแปลใหม่เป็น “วัฒนธรรม” และมีการนำมาใช้สืบต่อมาตลอดสมัยที่ประเทศไทยมีกระทรวงวัฒนธรรมและคงใช้อยู่ในปัจจุบัน(วิระ บำรุงรักษา, 2553. ออนไลน์)

วัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าว หน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชนทางวิทยาการหมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า (the way of life) ซึ่งเป็นพฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ชีวิตอยู่ในหมู่พวกของตน คำว่า “วัฒนธรรม” มาจากคำสองคำ คำว่า “วัฒน” จากคำศัพท์ “วทุฒน” ในภาษาบาลี หมายถึงความเจริญ ส่วนคำว่า “ธรรม” มาจากคำศัพท์ “ธรรม” ในภาษาสันสกฤต หมายถึงความดี เมื่อนำสองคำมารวมกันจึงได้คำว่า “วัฒนธรรม” หมายถึงความดีอันจะก่อให้เกิดความงอกงามที่เป็นระเบียบเรียบร้อย

วัฒนธรรมสามารถแสดงออกมาได้ผ่านดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครและภาพยนตร์ แม้บางครั้งอาจมีผู้กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ เรื่องที่ว่าด้วยจารีตประเพณีและสินค้านับถือ เช่น วัฒนธรรมระดับสูงวัฒนธรรมระดับต่ำ วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมนิยม เป็นต้นแต่นักมานุษยวิทยาโดยทั่วไปกล่าวถึงวัฒนธรรมว่ามีได้เป็นเพียงสินค้านับถือ แต่หมายรวมถึงกระบวนการในการผลิตสินค้าและการให้ความหมายแก่สินค้านั้น ๆ ด้วยทั้งยังรวมไปถึงความสัมพันธ์ทางสังคมและแนวการปฏิบัติที่ทำให้วัตถุและกระบวนการผลิตหลอมรวมอยู่ด้วยกันในสายตาของนักมานุษยวิทยาจึงรวมไปถึงเทคโนโลยี ศิลปะ วิทยาศาสตร์รวมทั้งระบบศีลธรรม

วัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ จำนวนมากได้รับอิทธิพลจากการติดต่อกับภูมิภาคอื่น เช่น การเป็นอาณานิคม การค้าขาย การย้ายถิ่นฐาน การสื่อสารมวลชนและศาสนาอีกทั้งระบบความเชื่อไม่ว่าจะเป็นเรื่องศาสนามีบทบาทในวัฒนธรรมในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติมาโดยตลอด โดยวัฒนธรรมตะวันตกมีแนวโน้มที่จะเป็นปัจเจกมากกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่ตะวันตก วัฒนธรรมตะวันตกบ่งชี้ด้วยความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ การรู้หนังสือและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (วัฒนธรรม, 2552. ออนไลน์)

สรุป วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต (The way of life) ของคนในสังคม นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถี แต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์สื่อความ วิถีจรรยาและขนส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ วิถี แสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้น อาจเริ่มมาจาก เอกชนหรือคณะบุคคลทำเป็นตัวอย่าง แล้วต่อมากคนส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติสืบทอดกันมาวัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลา

เมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่วิธีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคม ได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิใช้วัฒนธรรมเดิม ดังนั้น การรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาวัฒนธรรมให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตาม

ประเภทของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ คือ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่มนุษย์ใช้ในชีวิตรประจำวันเพื่อความสุขทางกาย อันได้แก่ ยานพาหนะ ที่อยู่อาศัย ตลอดจนเครื่องป้องกันตัวให้รอดพ้นจากอันตรายทั้งปวง

2. วัฒนธรรมทางจิตใจ เป็นเรื่องเกี่ยวกับเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของมนุษย์เพื่อให้เกิดปัญญาและมีจิตใจที่งดงาม อันได้แก่ ศาสนา ศิลปกรรม จริยธรรม คติธรรม ตลอดจนศิลปะ วรรณคดี และระเบียบแบบแผนของขนบธรรมเนียมประเพณี

วัฒนธรรมสามารถแสดงออกมาได้ผ่านดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครและภาพยนตร์ แม้บางครั้งอาจมีผู้กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ เรื่องที่ว่าด้วยอารยโภคและสินค้าบริโภค เช่น วัฒนธรรมระดับสูงวัฒนธรรมระดับต่ำ วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมนิยม เป็นต้น แต่นักมานุษยวิทยาโดยทั่วไปกล่าวถึงวัฒนธรรมว่ามีได้เป็นเพียงสินค้าบริโภค แต่หมายรวมถึงกระบวนการในการผลิตสินค้าและการให้ความหมายแก่สินค้านั้น ๆ ด้วยทั้งยังรวมไปถึงความสัมพันธ์ทางสังคมและแนวการปฏิบัติที่ทำให้วัตถุและกระบวนการผลิตหลอมรวมอยู่ด้วยกัน ในสายตาของนักมานุษยวิทยาจึงรวมไปถึงเทคโนโลยี ศิลปะ วิทยาศาสตร์รวมทั้งระบบศีลธรรม

นักมานุษยวิทยาส่วนใหญ่มักใช้คำ “วัฒนธรรม” ไปในเชิงของวิสัยสามารถของคนทั่วไปในการบ่งชี้ จัดหมวดหมู่และสื่อถึงประสบการณ์ของคนในลักษณะเชิงสัญลักษณ์ คนเราใช้วิสัยสามารถดังกล่าวสำหรับบ่งชี้เรื่องราวและสิ่งต่างที่เกิดขึ้นในหมู่มนุษย์ด้วยกันมานานมากแล้ว อย่างไรก็ตาม นักมานุษยวิทยาหรือไพรเมตวิทยาก็ได้บ่งชี้ลักษณะวัฒนธรรมดังกล่าวในวานรหรือไพรเมตซึ่งเป็นกลุ่มสัตว์ที่มีสายพันธุ์ใกล้ชิดกับมนุษย์มากที่สุดมานานแล้วเช่นกันและโดยนักโบราณคดีจะมุ่งเฉพาะไปที่วัฒนธรรมที่เป็นเรื่องราวเท่านั้น(ซากเรื่องราวที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์)

ขณะเดียวกัน นักมานุษยวิทยาสังคมก็มองไปที่ปฏิสัมพันธ์ของสังคม สถานภาพและสถาบัน ส่วนนักมานุษยวิทยาวัฒนธรรมก็เน้นที่บรรทัดฐานและคุณค่า การแบ่งแยกแวกกันนี้แสดงให้เห็นถึงเงื่อนไขที่แตกต่างกันที่ขึ้นอยู่กับงานที่ต่างกันของนักมานุษยวิทยาและความจำเป็นที่จะต้องมุ่งเน้นจุดการวิจัยที่ต้องชัดเจนจึงไม่จำเป็นว่าจะเป็นการสะท้อนถึงทฤษฎีของวัฒนธรรม

ซึ่งย่อมแตกต่างกันไปตามเชิงของเรื่องราวเชิงสังคม และเชิงบรรทัดฐาน (Norm) รวมทั้งไม่จำเป็นต้องสะท้อนถึงการแข่งขันกันเองในระหว่างทฤษฎีต่าง ๆ ของวัฒนธรรม(วัฒนธรรม. 2553. ออนไลน์)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลังการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า ประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดความ ภาควิมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของ คนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงเห่น รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมใน การบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วยและได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบ ต่าง ๆ

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิด ความรัก ห่วงเห่น รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในหารบริหารจัดการทรัพยากรของ ตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การ บริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจใน วัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเอง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548) กล่าวว่าแนวคิดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการ ตระหนักถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงเกิดกระแสการเรียกร้องหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้คือ

กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วโลกให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ ระบบนิเวศเพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพเอาไว้

กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็น กระแสความต้องการที่มากขึ้นของหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการ

ท้องถิ่นที่มากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นหลักการประกันในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้เหมาะสม

จากกระแสหลักที่ 3 กระแสดังกล่าวนี้นำไปเกิดการตื่นตัวในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ขึ้น เพื่อมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม จึงเป็นสาเหตุสำคัญทำให้เกิดการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม ปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ. 2535) จากผลการประชุมครั้งนี้ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ว่าหมายถึงการพัฒนาที่ต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ในขนาดเดียวกันก็ปกป้องสงวนรักษาโอกาสเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ด้วย” จากความหมายดังกล่าวนำมาแปลเป็นหลักการเบื้องต้น และสร้างกรอบนโยบายและแนวทางของการปฏิบัติการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขึ้น จึงทำให้ประเทศต่าง พยายามหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นเหตุให้มีการประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) ในที่ประชุมมุ่งเน้นความสนใจของทั่วโลกสู่ประเด็นเรื่องการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จากการประชุมนี้เองทำให้มีการลงนามในเอกสารแผนการปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) อันเป็นที่ก่อให้เกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม

จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำไปสู่หลักการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประการคือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การเข้าชม ในขนาดเดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วยและได้รับประโยชน์ตอบแทนจากแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่นการจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่ 9 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องเป็นธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะ ที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะดวกของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกิดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ และยังสามารถเข้าถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้านอิงตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังต่อไปนี้คือ

1. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจคือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง

1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาควาด รูปปั้น และแกะสลัก

1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา

1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ

1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

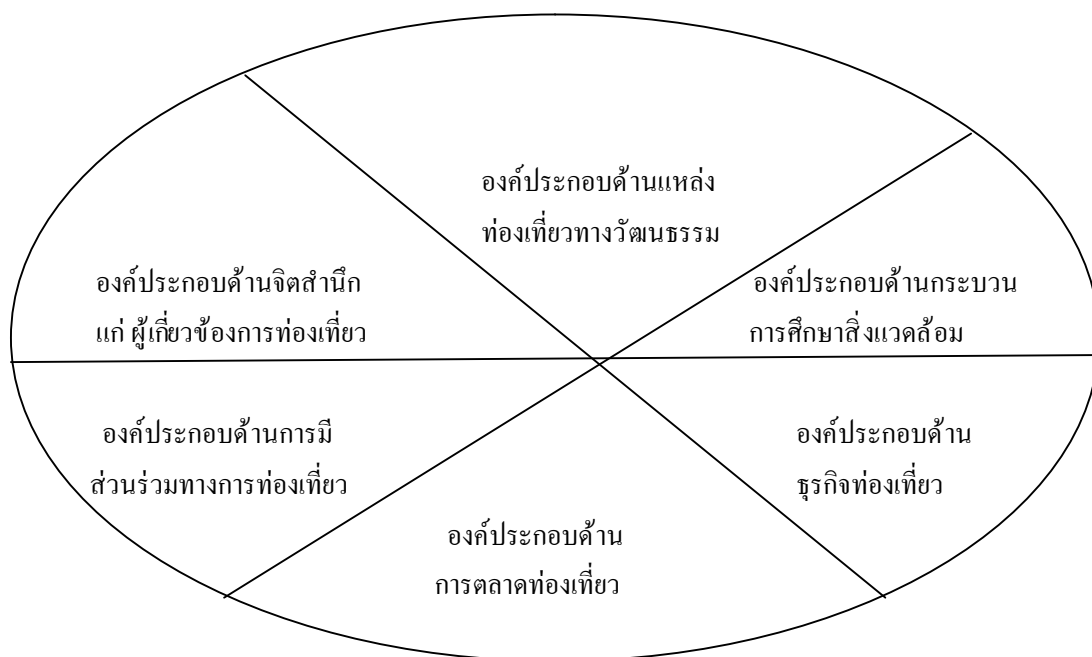
4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพโดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

เราสามารถนำองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 6 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นมาสร้างเป็นรูป เพื่อให้เข้าใจง่ายและชัดเจนขึ้นดังภาพที่ 2

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ

การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น

ประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นว่าในสมัยโบราณมีความเจริญด้านใดบ้าง และเหลือเป็นมรดกทอดมายังชนรุ่นหลังอย่างไรบ้าง จึงมีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นนั้น

แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานของประเทศไทย กรมศิลปากรได้แบ่งไว้เป็น 7 ประเภท คือ

1. โบราณสถานสัญลักษณ์แห่งชาติ หมายถึง โบราณสถานที่มีความสำคัญสูงสุดหากชาติชาติซึ่งโบราณสถานนั้นไป จะเป็นการสูญเสียอย่างใหญ่หลวง เช่น พระบรมมหาราชวัง พระธาตุดอยสุเทพ พระธาตุนม เป็นต้น
2. อนุสาวรีย์แห่งชาติ หมายถึง อนุสรณ์สถานที่ได้สร้างเพื่อบุคคลหรือเรื่องราวที่สำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ หรือเป็นที่เคารพอย่างสูงในชาติ ซึ่งประชาชนจะต้องร่วมรำลึกถึงด้วยกัน เช่น องค์พระแก้วมรกต พระพุทธสิหิงค์ ศาลหลักเมือง เจดีย์ยุทธหัตถี พระบรมรูปทรงม้า เป็นต้น
3. อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ หมายถึง อาคารสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมอันทรงไว้ซึ่งคุณค่าอย่างสูงทางศิลปะ ซึ่งแสดงถึงการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆ ในยุคอดีตที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน หรือเกี่ยวพันกับบุคคลสำคัญหรือเหตุการณ์สำคัญของชาติ เช่น พระที่นั่งอนันตสมาคม สะพานพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก สนามหลวง สวนในพระราชวังโบราณอยุธยา เป็นต้น
4. ย่านประวัติศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางสถาปัตยกรรมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การวางผังเมือง และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีอาคารสิ่งก่อสร้าง

ถนนหนทางและองค์ประกอบอื่น ๆ ในพื้นที่รวมอยู่ด้วย ทำให้พื้นที่นั้นจัดอยู่ได้หนึ่งในลักษณะต่อไปนี้ คือ ย่านประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม ย่านประวัติศาสตร์ การพาณิชย์ ย่านประวัติศาสตร์อุตสาหกรรม ย่านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และย่านโบราณคดี เช่น ย่านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม เกาะรัตนโกสินทร์ ย่านประวัติศาสตร์การพาณิชย์ที่ภูเก็ต ย่านโบราณคดีแห่งภาพเขียนสีที่อ่าวพังงา เป็นต้น

5. อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ที่เนื้อหาทางประวัติศาสตร์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ร่วมกับสภาพแวดล้อมที่เกิดตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น อันทำให้สาระทางประวัติศาสตร์ดำรงไว้ได้ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เป็นต้น

6. นครประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง เมืองหรือนครที่มีแบบอย่างทางวัฒนธรรมอำนาจของผังเมือง สาระสำคัญทางประวัติศาสตร์และองค์ประกอบของเมือง สถาปัตยกรรม วิศวกรรม และ/หรือชีวิตความเป็นอยู่ เช่น เมืองสุโขทัย เมืองอยุธยา เมืองเชียงใหม่ เมืองเชียงแสน เป็นต้น

7. ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์และซากโบราณสถาน ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงประวัติศาสตร์อันสำคัญยิ่งของชาติในอดีต

แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณวัตถุของประเทศไทย

เป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือที่เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของวัตถุ นั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี ในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละประเทศอาจเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑสถานหรือสถานที่เก็บแบบอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าชม อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของประเทศ และเป็นความภาคภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้พบโบราณวัตถุล้ำค่าเหล่านั้น เช่น ภาพเขียนโบราณ วัตถุโบราณ สมบัติโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.2549 : 81-103)

4. แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยการตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมุ่งเน้นประเด็นที่สำคัญๆ

1. ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบโดยการวิจัยตลาดและการพยากรณ์

3. แนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจสูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์) และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (อุปทาน) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์โดยให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้ในการจัดอุปทานลักษณะพิเศษของตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นบริการที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ เช่น ความพอใจ ความสุขใจ ความตื่นเต้น

ลักษณะของบริการท่องเที่ยว

1. ไม่สามารถจัดส่งบริการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาซื้อบริการด้วยตนเอง
2. ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการได้
3. อุปสงค์ของการตลาดขึ้นลงตามฤดูกาล
4. บริการของตลาดการท่องเที่ยวไม่สามารถเก็บไว้ใช้ได้
5. องค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความเป็นอิสระต่อกัน
6. การลอกเลียนแบบทำได้ง่าย

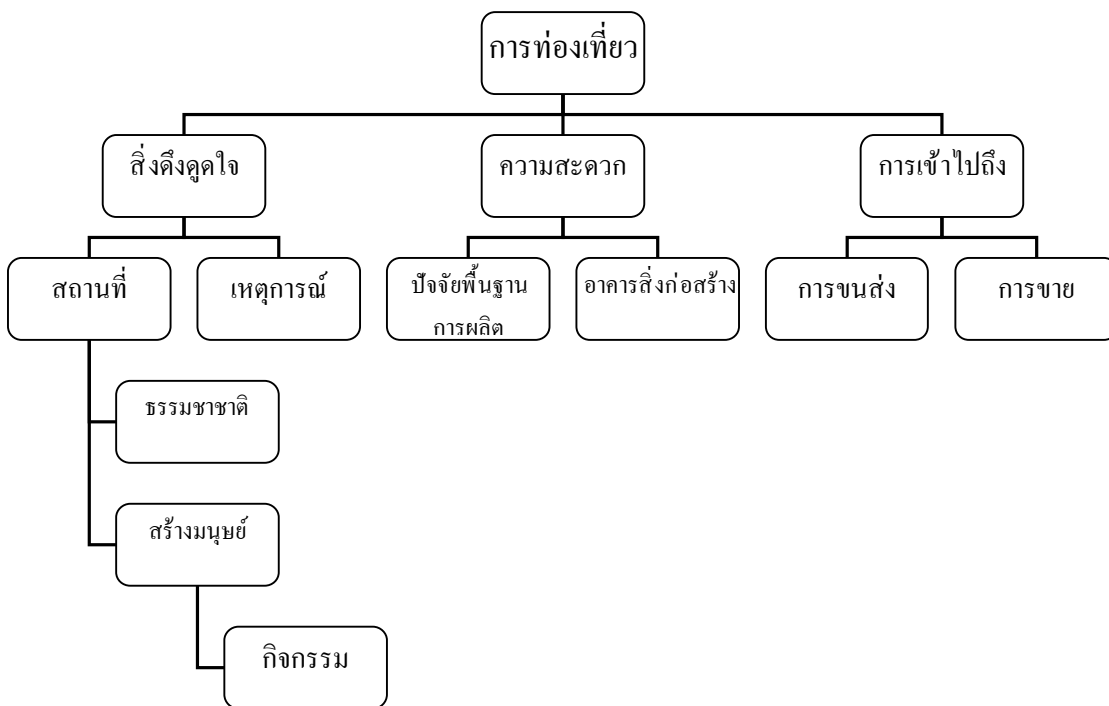
องค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยว

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมากเนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทักษะคติ ประสพการณ์ท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ สิ่งสำคัญของการวางแผนการตลาด คือต้องทราบความต้องการของตลาด (Demand) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) และความต้องการที่อาจเกิดขึ้น (Deferred Demand)

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) ผลิตวัตุดิบในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการเช่น ที่พักในโรงแรมการเดินทาง โดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

สร้างขึ้น

3. สินค้าและบริการ ได้แก่
 - 3.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น
 - 3.2 ที่พักร้านอาหาร
4. การขนส่ง
5. ปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
 - 5.1 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว
 - 5.2 บริการนำเที่ยว
 - 5.3 สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
 - 5.4 สินค้าของที่ระลึก
6. ผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



ภาพที่ 3 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว
ที่มา : ชูสิทธิ์ ชูชาติ(2544 : 6)

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่

กำหนดในเวลานั้น ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว นิยมศึกษาข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ยและการเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี รายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ กฎหมายความปลอดภัย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factors)
2. ปัจจัยเศรษฐกิจ (Economic factors)
3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factors)
4. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Socio-cultural factors)
5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory factors)
6. ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Mass Media Communication factors)
7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices)
8. ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล(Personal Mobility factors)
9. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง(Technology of communication and Transportation)

การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หากความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น(การท่องเที่ยว. 2552. ออนไลน์)

5. นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2550 - 2554

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กรระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาลรวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืนคือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการ

ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงมีจุดเน้นที่สำคัญดังนี้

1. จะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลานมิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น
2. ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
3. มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
4. มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม
5. มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนออกไปในหมู่ประชาชนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง (ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (2550-2554), 2553, ออนไลน์)

6. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ถึงแม้ว่าการ โฆษณาหรือการสื่อสารก็คือการทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้เรื่องราวรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในขณะที่การส่งเสริมการขายคือ การสร้างสิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคทำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ แต่ในขอบข่ายกิจกรรมส่งเสริมการตลาดยังมีองค์ประกอบอื่นอีกมากมายที่ช่วยทำให้กลยุทธ์การตลาดดำเนินไปได้อย่างประณีต และมีประสิทธิภาพมากขึ้น นักการตลาดจึงต้องมีมุมมองเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้กว้างและละเอียดขึ้น เช่น การขายด้วยบุคลากร การประชาสัมพันธ์ การขายแบบปากต่อปาก ฯลฯ

เมื่อลองสรุปว่าการสื่อสารทางการตลาด หรือการส่งเสริมการตลาดนั้น มีวัตถุประสงค์อะไรบ้างก็น่าจะสรุปได้ว่ามีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ

- การสื่อสารทางการตลาดหรือการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือเพื่อแจ้งข่าวสาร
- เพื่อการจูงใจ
- เพื่อการเตือนความทรงจำ

เมื่อทราบว่าผลิตภัณฑ์ของตนอยู่ในตำแหน่งใดสรุปได้ว่า การดำเนินการส่งเสริมการตลาดจะมีวัตถุประสงค์ใดเมื่อสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ได้ชัดเจนแล้วก็ถึงขั้นตอนนี้ว่าจะใช้เครื่องมืออะไร ในการส่งเสริมการตลาดหรือสื่อสารการตลาด และจะใช้อย่างไรจึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุด

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดหรือสื่อสารการตลาดได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง และการพูดปากต่อปาก

1. การโฆษณา ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้ทางทีวีและโรงภาพยนตร์ สิ่งตีพิมพ์การโฆษณา ส่วนใหญ่มักจะนึกถึงการโฆษณาทางทีวีเป็นสิ่งแรก ทั้งนี้เพราะว่าการโฆษณาทงทีวีสามารถรับรู้ได้โดยง่าย มีขอบข่ายที่กว้าง มีความสนุกสนาน แต่ในขณะเดียวกันก็มีค่าใช้จ่ายสูงมาก

สื่อสิ่งพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์

ข้อดี คือ สามารถกำหนดการกระจายตามสถานที่ได้สะดวกกว่าสามารถให้ข่าวสารข้อมูลได้มากที่สุด สร้างความน่าเชื่อถือได้ดีกว่า

ข้อเสีย คือ มีความน่าสนใจเมื่อเทียบกับโฆษณาทางทีวีแล้วน้อยกว่า มีอายุการใช้งานสั้นคือเพียงวันเดียวที่สำคัญคือผู้อ่านมักจะอ่านแบบผ่านไปๆ ขกเว้นเป็นการโฆษณาที่เป็นแบบส่งเสริมการขาย

การโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง

ข้อดี คือ มีต้นทุนต่ำ สามารถโฆษณาโดยเลือกผู้ฟังตามอาณาเขตทางภูมิศาสตร์และประชากรศาสตร์ได้ง่าย

ข้อเสีย คือ รูปแบบการโฆษณาที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง ทำให้เกิดความทรงจำได้ยากการวัดผลทำได้ยาก

นิตยสาร

ข้อดี คือ เลือกผู้อ่านตามกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่า การสื่อสารทำได้ชัดเจนกว่ามีความน่าเชื่อถือและมีผู้อ่านมากคนต่อหนึ่งชิ้นและสื่อมีอายุยาวนาน

ข้อเสีย คือ ช่วงเวลาของสื่อมีระยะนาน ทำให้ข่าวสารไม่ทันต่อเหตุการณ์ส่วนใหญ่ที่เลือกใช้นิตยสาร เพราะเจาะจงกลุ่มที่ต้องการได้ เช่น โฆษณาयरรถยนต์ในนิตยสารรถยนต์ เป็นต้น

แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิวต่างๆ

ข้อดี คือ ต้นทุนต่ำเลือกผู้รับได้ตามที่ต้องการอธิบายสื่อสารข้อมูลได้มากกว่า รวมทั้งสามารถทำให้สวยงามได้

ข้อเสีย คือ ไม่สามารถกระจายได้กว้างขวางในระยะเวลาอันสั้น และมีข้อจำกัดในการสร้างความคิดสร้างสรรค์

นักการตลาดที่มีงบประมาณน้อยและดูแลสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายไม่กว้างมากนัก มักเลือกใช้สื่อประเภทนี้

หลักเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ ควรพิจารณาถึงเรื่องต่อไปนี้

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าเครื่องสำอาง มักจะใช้นิตยสารสุภาพสตรี

ลักษณะพิเศษของสื่อ เช่น นิตยสารรักลูก เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่มีครอบครัวที่มีเด็ก ๆ
ลักษณะพิเศษของข่าวสาร เช่น เป็นข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย หรือเป็นการ
แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่

ลักษณะพิเศษของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยของสื่อ ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับคนสูงหรือต่ำ
ลักษณะพิเศษของช่องทางการจัดจำหน่าย มีการวางสินค้าที่กว้างหรือแคบ ทั่วทั้งประเทศ
หรือเฉพาะเขตบางเขต

2. การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การแถลงข่าว การแจกข่าวการจัดกิจกรรมพิเศษ
และการสื่อสารเฉพาะ เช่น ศูนย์ประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นี้มีทั้งสิ่งที่เสียค่าใช้จ่าย และไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น การแจกข่าว
มักจะไม่มีเสียค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ แต่การแถลงข่าวต้องเสียค่าสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการเชิญ
สื่อมวลชน ค่าใช้จ่ายในการเชิญลูกค้า

นอกจากการโฆษณา ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด หรือสื่อสาร
การตลาด ก็ยังมีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย การแถลงข่าว การแจกข่าว และการจัด
กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

การแถลงข่าว เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและใช้กันแพร่หลายมีความต้องการมาก
เพียงพอที่บริษัทโฆษณาทั้งหลายต้องตั้งฝ่ายงานพิเศษเพื่อดำเนินธุรกิจประชาสัมพันธ์ที่เน้นการ
แถลงข่าวเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม การแถลงข่าวเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูงพอสมควร จึงน่าจะ
เหมาะกับบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีเนื้อหาสาระข่าวสารที่แถลงมีความน่าสนใจพอสมควร จึงจะได้รับความ
สนใจพอสมควร จึงจะได้รับความสนใจและได้ผล

การแจกข่าว เป็นกิจกรรมที่ทำอย่างง่าย คล้ายกับการแถลงข่าวเพียงแต่ไม่ได้จัดขึ้น
แบบเป็นกิจจะลักษณะหรือมีสถานที่ การแจกข่าวจึงเป็นการส่งข่าวโดยตรงให้แก่สื่อมวลชนหรือ
หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอข่าวสารในสื่อต่าง ๆ มีว่าจะเป็นทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ
ข่าวสารที่นำเสนอ มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่

การจัดกิจกรรมพิเศษ ถ้าวางไปตามศูนย์การค้า ในวันหยุดสุดสัปดาห์มักจะเห็น
บริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย จัดกิจกรรมบนเวทีที่เชิญชวนลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
และทำการขายสินค้าในราคาพิเศษ กิจกรรมประเภทนี้เป็นกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย
สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค

3. การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ไม่ใช่เป็นการให้ข่าว แต่เป็น
กิจกรรมที่กระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจ มีการทดลองใช้หรือทำให้มีการซื้อเกิดขึ้น หรือ
กระตุ้นคนกลาง พยายามผลักดันยอดขายให้มากขึ้น

สรุปแล้วการส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้โดยตรง เป็นกลยุทธ์
แบบผลัด ซึ่งแตกต่างกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เป็นกลยุทธ์แบบดึง

4. การขายโดยพนักงานขาย วัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่คาดหวังของการขายโดยพนักงานขายนั้นก็คือ การกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อ สร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองลูกค้าได้โดยตรงในทันทีทันใด คือ เมื่อลูกค้าต้องการคำตอบทันทีก็สามารถให้คำตอบได้ ทำให้ธุรกิจตัดสินใจได้เร็วขึ้น

เปรียบเทียบวิธีการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา เป็นการสื่อสารทางเดียว มีประสิทธิภาพสำหรับตลาดแบบ mass กลไกที่สำคัญคือ การนำเสนอข่าวสาร สร้างความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าและเร่งรื้อให้เกิดการซื้อ วัตถุประสงค์คือ ให้เกิดการเรียนรู้และรับรู้

2. การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารทางเดียว เหมาะกับการนำเสนอต่อสาธารณะ กลไกที่สำคัญคือ การให้ข่าวผลิตภัณฑ์ใหม่ ข่าวบริษัท วัตถุประสงค์คือ สร้างการรับรู้การเรียนรู้ หรือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สนับสนุนการตัดสินใจ

3. การส่งเสริมการขาย เป็นการสื่อสารทางเดียวเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจเฉพาะเรื่อง ที่เกิดแรงจูงใจเป็นระยะสั้นๆ กลไกสำคัญ กลไกสำคัญ คือ มีลักษณะพิเศษ เป็นกลางระหว่าง การโฆษณากับการขายโดยพนักงานขาย วัตถุประสงค์คือ คือ สร้างการรับรู้ การเรียนรู้ จูงใจให้ตัดสินใจ

4. การขายโดยพนักงานขาย เป็นการสื่อสาร 2 ทาง ที่มีคุณภาพสูง ผ่านการพูดคุยหรือชี้แนะการใช้สินค้าต่อผู้บริโภคแต่ละคนโดยตรง กลไกสำคัญคือ เสนอข่าวสารข้อมูลพิเศษให้แก่ผู้ที่จะเป็นลูกค้าหรือการปิดการขาย วัตถุประสงค์คือ การแนะนำการใช้สินค้า และปิดการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ประสบความสำเร็จ

เพื่อไม่ให้ต้องประสบความสำเร็จล้มเหลว หรือต้องตำหนิ าทริกละลายแม่น้ำ โดยไม่จำเป็น ก็ต้องพิจารณาหลักการในการพิจารณาเกี่ยวกับการผสมผสานการส่งเสริมการตลาด บางประเด็นดังนี้

1. **Push and Pull Strategy** กลยุทธ์แบบ Push เป็นกลยุทธ์ที่ใช้มาตั้งแต่ดั้งเดิมในกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยผ่านตัวกลาง ได้แก่ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก เรียกว่า การเคลื่อนย้ายจากบนลงล่าง เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการขาย ผู้ผลิตจะต้องพยายามผลักดันสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าส่งก็ต้องพยายามผลักดันสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เงื่อนไขที่สำคัญก็คือแรงจูงใจในเรื่องผลประโยชน์ที่จะให้แก่คนกลาง ยิ่งถ้าผู้ผลิตมีอำนาจต่อรองสูง การผลักดันสินค้าก็จะยิ่งง่ายขึ้น กลยุทธ์แบบ Push ก็ยังเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นในปัจจุบัน กลยุทธ์แบบ Pull ผู้ผลิตจะทำการสร้างแรงจูงใจในการซื้อให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงรวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า สร้างให้ผู้บริโภคมีความสนใจใน Brand หรือมีความจงรักภักดีต่อสินค้าของบริษัท ดังนั้น กลยุทธ์นี้จะได้ผลก็ต่อเมื่อมีกิจกรรมด้านโฆษณา การประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคต่างๆ กลยุทธ์การตลาดสมัยนี้ มักจะเน้น Pull Marketing เป็นหลักจึงมักพยายามเน้นการโฆษณามากเกินไป

2. กลยุทธ์ Push/Pull Mix เป็นการผสมผสานระหว่างทั้งสองกลยุทธ์ ส่วนกลยุทธ์ที่เหมาะสมนั้น ย่อมแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ตามสถานการณ์ช่องทางการจำหน่ายลักษณะของตลาด ความอึดตัวของตลาด หรือสภาพการแข่งขัน และที่สำคัญคือ จุดอ่อน จุดแข็งของบริษัทในประเทศญี่ปุ่นเอง อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าแม้แต่เนชั่นแนลกับโซนี่ ทั้งคู่ล้วนเป็นยักษ์ใหญ่ แต่กับดำเนินกลยุทธ์ไม่เหมือนกัน เช่น เนชั่นแนลมีพลังทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีร้านค้าในเครืออยู่ถึง 25,000 แห่ง จึงเน้นกลยุทธ์แบบPush เป็นหลัก แต่โซนี่มีความได้เปรียบทั้งด้านเทคโนโลยีในการขายหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเน้นกลยุทธ์แบบPull

1. ตลาดที่เป็นเป้าหมายและเป็นจุดยืนของตนเองอยู่ตรงไหน ก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด จึงต้องสรุปให้ได้ว่า เรากำลังมุ่งสู่ตลาดใด และตลาดที่เป็นเป้าหมายอยู่ที่ไหนเพื่อจะได้สื่อสารกับลูกค้าที่เป็นเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาตำแหน่งของตนเองในตลาดว่า เป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก มีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

2. กำหนดเป้าหมายสำหรับการส่งเสริมการตลาด ต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนร่วมกัน รับรู้ร่วมกันสำหรับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายหลัก ๆ มักจะได้แก่ยอดขาย อัตราการซื้อเพิ่มขึ้นของร้านค้าเป็นกึ่งเปอร์เซ็นต์ จำนวนร้านค้าที่ซื้อเพิ่มขึ้น มีกี่ร้านหรือกึ่งเปอร์เซ็นต์ นอกจากรายได้ยังต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าใช้ระยะเวลาเท่าไรในการบรรลุเป้าหมาย

3. งบประมาณ เราจะเห็นได้ว่า งบประมาณในการส่งเสริมการตลาดนั้น กิจกรรมที่ใช้งบประมาณมากที่สุดก็คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ อีกหนึ่งกิจกรรม คือ กิจกรรมส่งเสริมการขาย (การลด แลก แจก แถม) ก็ใช้งบประมาณสูงเช่นเดียวกัน กิจกรรมการขายโดยใช้พนักงานขายอาจจะเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด

โดยสรุปแล้ว การจะผสมผสานกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้ได้ผลดีมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องพิจารณาและดำเนินกลยุทธ์อื่น เช่น กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ราคา และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกันด้วยในขณะเดียวกัน จะต้องสามารถวางกลยุทธ์และแผนงานที่เป็นรายละเอียดของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้ได้จึงจะถูกใจลูกค้าและลงทุนต่ำ ใช้ปริมาณเท่าไร ระยะเวลาเท่าไร และที่สำคัญ ก่อนจะกำหนดขั้นสุดท้ายของงบประมาณและวิธีการใช้งบประมานั้น ต้องมีความมั่นใจว่าสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งเรื่องการประเมินประสิทธิภาพในการลงทุน นอกจากนี้ยังสามรถสร้างมาตรฐานสำหรับอนาคตได้ด้วย (รังสรรค์ เลิศในสัตย์. 2549)

7. สภาพทั่วไปอำเภอลับแลและตำบลฝายหลวง

อำเภอลับแล

อำเภอลับแล หรือ เมืองลับแล เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นเมืองโบราณมีมาตั้งแต่สมัยก่อนกรุงสุโขทัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เคยเสด็จมาเมื่อ ปี พ.ศ. 2444 ความเป็นมาของคำว่า“ลับแล” นั้น ตามข้อสันนิษฐานของสมเด็จพระยาคำรราชานุภาพว่า เดิมชาวเมืองแพร่ เมืองน่าน หนีข้าศึกและความเดือดร้อนมาชุมนุมซ่อนตัวชุมชนอยู่บริเวณนี้ เนื่องจากเป็นที่ป่ารก หลบซ่อนตัวง่ายและ ภูมิประเทศเป็นเมืองอยู่ในหุบเขามิที่เนินสลับกับที่ต่ำ คนต่างเมืองถ้าไม่คุ้นเคยกับภูมิประเทศจะหลงทางได้ง่าย อำเภอลับแลนอกจากจะมีโบราณสถานที่น่าสนใจมากมายแล้ว ยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรม เช่น ฝ้ายดินจกและไม้กวาด เป็นแหล่งปลูกกลางสาด ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงของจังหวัด

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ พอจะอนุมานได้ว่าที่เมืองทุ่งยั้ง แต่เดิมเคยเป็นเมืองใหญ่ที่เป็นชุมชนของพวกละว้าและขอม มีความเจริญรุ่งเรืองมาช้านาน เพราะได้มีการขุดพบกลองมโหระทึกและพู่สำริด ได้ในบริเวณดังกล่าว ต่อมาเมื่ออาณาจักรขอมล่มสลายลง คนไทยก็ได้เข้ามาครอบครองและตั้งเมืองขึ้นเรียกชื่อว่า“เมืองกัม โภช” จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ทำให้ทราบว่ากลุ่มชนแรกที่มาอยู่ในบริเวณเมืองลับแลในปัจจุบันนี้ นอพยพมาจากอาณาจักรเชียง

แสนโบราณ (โยนกนาถพันธุ) ทางด้านเหนือของเมืองกัม โภช ภูมิประเทศเป็นป่าเขา สลับซับซ้อน มีบรรยากาศเยือกเย็นยามพลบค่ำแม้จะวันจะยังไม่ตกคืนก็จะมีมืดแล้ว เพราะมีดอยม่อนฤๅษีเป็นฉากกั้นแสงอาทิตย์ ป่านี้จึงได้ชื่อว่า“ป่าลับแลง” (แลง แปลว่า เวลาเย็น) ต่อมาเพี้ยนเป็น “ลับแล” ซึ่งกลายมาเป็นชื่ออำเภอลับแลในสมัยปัจจุบัน

ในยุคเกี่ยวกับการรวมตัวของเมืองกัม โภช ได้มีผู้คนจากอาณาจักร โยนกเชียงแสนอพยพหลบภัยสงครามเข้ามาตั้งรกรากอยู่บริเวณที่ราบเขาแห่งหนึ่งและตั้งชื่อ บ้านว่า“บ้านเชียงแสน” ต่อมาคนกลุ่มนั้นก็แยกย้ายกันไปห้ก่สร้างถางคงสร้างบ้านเมือง ขึ้นกระจัดกระจายตามที่ราบและไหล่เขาต่าง ๆ เมื่อได้ทำมาหากินกันระยะหนึ่งคนกลุ่มนั้นได้ไปอัญเชิญเจ้าชายฟ้าฮ่ามกุมาร จากอาณาจักรโยนกเชียงแสน มาตั้งเมืองที่ป่าลับแล ให้ชื่อว่าเมืองลับแล และสร้างวังขึ้นที่บ้านท้องลับแล หรือที่บริเวณวัดเจดีย์ศรีวิหาร เมื่ออาณาจักรโยนกเชียงแสนล่มสลายลง อาณาจักรล้านนาเฟื่องฟูแทน เมืองลับแลก็ยอมขึ้นกับอาณาจักรล้านนา ใน พ.ศ.1690 อาณาจักรสุโขทัยรุ่งเรืองขึ้น ก็เป็นเมืองขึ้นของอาณาจักรสุโขทัย ในปี พ.ศ.1981 เมืองทุ่งยั้ง ได้เจริญรุ่งเรืองขึ้น เพราะเป็นเมืองหน้าด่านของอาณาจักรอยุธยา เมืองลับแลจึงได้ถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของเมืองทุ่งยั้ง ครั้นต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ ในราว พ.ศ. 2444 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาสเมืองอุตรดิตถ์ และได้เสด็จมาถึงเมืองลับแลในวันที่24 ตุลาคม พ.ศ. 2444 ได้โปรดให้ย้ายศาลากลางจังหวัดจากเมืองพิชัยมาตั้งที่บางโพ และยุบเมืองทุ่งยั้งรวมกับลับแลและสถาปนาเมืองลับแลขึ้นเป็นอำเภอ ส่วนอาคารที่ทำการยังตั้งอยู่ที่เมืองทุ่งยั้ง บริเวณใกล้เวียงเจ้าเงาะ ต่อมาพระพิศาลีศิริ

ได้ย้ายอาคารที่ทำการไปตั้งที่ม่อนจำศีลในปีเดียวกันนี้ (ห่างจากที่ว่าการ อำเภอปัจจุบัน ไปทางทิศเหนือประมาณ 1 กิโลเมตร) ครั้นถึง พ.ศ. 2457 สมัย พระศรีพนมมาศ (เมื่อครั้งเป็นหลวงศรีพนมมาศ) เห็นว่าห่างไกลจากตัวเมืองลำบากแก่ราษฎรไปติดต่อ ประกอบกับพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชประสงค์จะสงวนที่ม่อนจำศีล เป็นที่ประดิษฐานพระเหลือ (พระพุทธรูปที่สร้างจากทองที่เหลือจากการหล่อพระพุทธรชินราชที่จังหวัดพิษณุโลก) เพราะทรงเห็นว่าทิวทัศน์ของม่อนจำศีลคล้ายกับเมืองขวา จึงได้ย้ายอาคารที่ทำการจากม่อนจำศีล มาอยู่ที่ม่อนสยามินทร์ (ชาวบ้านเรียกม่อนสามินทร์) เพราะเคยเป็นที่ตั้งพลับพลารับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นที่ตั้งที่ว่าการอำเภอในปัจจุบัน

การสร้างเมืองลับแล

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์คนในชุมชนแล้ว จึงได้ร่วมกันจัดกิจกรรมรู้จักตัวตนสืบค้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ได้มีการจัดเวทีเสวนา และสืบค้นประวัติศาสตร์ และตำนานของชุมชน ร่วมกับคนในชุมชน โดยได้นิทานที่เป็นตำนานของชุมชนไท-ยวนลับแล และตำนานการสร้างเมืองลับแล สามารถสรุปความดังนี้

ตำนานการสร้างเมืองลับแลนั้น มีการตั้งถิ่นฐาน และการสร้างเมืองลับแลไว้ เมื่อประมาณพุทธศักราช 1500 อาณาจักรโยนกนคร หรือที่รู้จักกันอีกชื่อหนึ่งว่า อาณาจักร โยนกเชียงแสน มีนครเชียงแสนเป็นราชธานี (ปัจจุบัน คือ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย) ได้เกิดการรบพุ่งกันอยู่เสมอ และมีโรคระบาดเกิดขึ้นทั่วไป จึงมีราษฎรอาณาจักร โยนกเชียงแสนประมาณ 20 ครอบครัว เกิดความเบื่อหน่ายการทำสงครามมีความประสงค์จะหาทำเลที่ตั้งถิ่นฐานแห่งใหม่ ได้พร้อมใจกันยกให้หนานคำลือ และหนานคำแสนเป็นหัวหน้าอพยพครอบครัว พร้อมทั้งลูกหลานทรัพย์สินสมบัติเท่าที่พอจะนำไปได้บรรทุกใส่หลังช้าง หลังม้า วัวต่างเดินทางล่องใต้ โดยได้รับคำบอกเล่าจากวิญญูณ “เจ้าปู่ พญาแก้ววงเมือง” ว่ามีแหล่งทำมาหากินที่อุดมสมบูรณ์ มีน้ำ ชุ่มดินดำและลำธารไหลตลอดฤดูกาลดินฟ้าอากาศร่มเย็นไม่ร้อนไม่หนาวจนเกินไป

ราษฎรอาณาจักร โยนกเชียงแสนทั้ง 20 ครอบครัวจึงได้อพยพวิญญูณของ “เจ้าพญาแก้ววงเมือง” ไปด้วยเพื่อเสาะแสวงหาแหล่งทำมาหากินที่เหมาะสมตามความฝัน การเดินทาง ใช้เวลายาวนาน ผ่านจังหวัดลำปางและจังหวัดแพร่ยังไม่พบแหล่งทำมาหากินที่เหมาะสมตามที่กล่าวไว้ จนในที่สุดได้บรรลุถึงหุบเขาลับแล เห็นว่ามีลักษณะภูมิประเทศถูกต้องตรงกับความในทูลประการคือ ดินแดนนี้ ประกอบด้วยน้ำ ตก ธารน้ำ ไหลเย็น ดินฟ้าอากาศสบายชุ่มชื้นมีภูเขาเตี้ยๆ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้นานชนิด แสงแดดส่องถึงพื้นดินราษฎรอาณาจักร โยนกเชียงแสนทั้ง 20 ครอบครัว จึงตกลงใจตั้งถิ่นฐานที่ดินแดนแห่งนี้ โดยได้เดินทางมาถึง เมื่อเวลาตอนเย็น (ยามแดง) เลยตั้งชื่อบ้านว่า บ้านลับแล และเริ่มก่อสร้างเมืองครั้งแรกขึ้นที่บ้านเชียงแสนส่วนสัตว์พาหนะช้าง ม้า วัว ควาย ที่นำมาด้วยก็จัดให้อยู่ที่บ้านคอกช้างและบ้านคอกควาย เมื่อตั้งบ้านเรือนเรียบร้อยแล้วจึงมีการประชุมเลือกผู้ปกครองขึ้นที่ประชุมมีมติแต่งตั้งให้หนานคำลือเป็นเจ้าแก้ววัน (เทียบเท่า

ตำแหน่งกำนัน) และยกหนานคำแสนเป็นเจ้าหลัก (เทียบเท่าตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน) ช่วยกันปกครองราษฎรเมืองลับแลให้ได้รับความร่มเย็นเป็นสุขทั่วหน้ากัน

หลังจากที่หนานคำลือ (เจ้าแคว้น) และหนานคำแสน (เจ้าหลัก) สร้างบ้านเป็นเมืองที่ลับแลเรียบร้อยแล้วจึงคิดกลับไปเยี่ยมบ้านเกิดเมืองนอนที่อาณาจักรโยนกเชียงแสนเพื่อนำข่าวสารความสำเร็จในการสร้างเมืองลับแลนี้ไปรายงานให้ญาติพี่น้องทราบเมื่อเจ้าแคว้นและเจ้าหลัก นำราษฎรในเมืองลับแลกลับถึงอาณาจักรโยนกเชียงแสน ได้เข้าเฝ้าพระเจ้าเรืองธิราช กษัตริย์แห่งอาณาจักรโยนกเชียงแสนได้กราบทูลถึงอาณาจักรโยนกเชียงแสนได้เข้าเฝ้าพระเจ้าเรืองธิราช กษัตริย์แห่งอาณาจักรโยนกเชียงแสนได้กราบทูลถึงความเดินทางไปเผยแพร่พุทธศาสนาในเมืองลับแลด้วย

พระเจ้าเรืองธิราช ทรงพอพระทัยเป็นอย่างยิ่งจึงโปรดพระราชนานาให้ศิลาให้พระและขอให้ราษฎรเมืองลับแลอยู่กันอย่างมีความสุข พร้อมกันนั้นได้พระราชนานาพระสงฆ์จำนวน ๘ รูป พระธรรม พระไตรปิฎก และเครื่องใช้สอยเกี่ยวกับศาสนาพิธี มงให้หนานคำลือ (เจ้าแคว้น) นี้ไปเผยแพร่ที่เมืองลับแลต่อไป ครั้นเจ้าแคว้นกลับถึงเมืองลับแลแล้วราษฎรมีความยินดีมาก จึงได้ช่วยกันสร้างวัดแห่งแรกของเมืองลับแลขึ้นชื่อว่า วัดเหง้า เจ้ามูลศรัทธา (ปัจจุบันคือ วัดใหม่อยู่ตำบลฝายหลวงในปัจจุบันนี้) นับว่าราษฎรเมืองลับแลมีความศรัทธา และนับถือพระพุทธศาสนามาตั้งแต่ระยะเริ่มแรกของการตั้งถิ่นฐานของการก่อสร้างเมืองลับแล

ต่อมาเจ้าแคว้นมีธิดาคนหนึ่งชื่อนางสุมาลี เจ้าหลักก็มีธิดาคนหนึ่งเช่นกัน คือ นางสมาลา ทั้งสองสาวมีรูปร่างหน้าตาสวยงาม กิริยามารยาทเรียบร้อยตรงตามลักษณะเบญจกัลยาณีทุกประการนางทั้งสองมีสติปัญญาเฉลียวฉลาดมีอุปนิสัยชอบการเย็บปักถักร้อยสามารถประดิษฐ์คิดค้นงานประดิษฐ์ต่าง ๆ ได้อย่างสวยงาม ได้เริ่มประดิษฐ์หูกทอผ้าแบบพิศดารขึ้นมีการทอผ้าชิ้นตีนจก ชิ้นมุกใหม่หน้าหมอนหก หน้าหมอนแปด ลูกกุลา ผ้าห่มหัวเก็บ ฯลฯ และยังชักชวนอบรมสั่งสอนให้หญิงสาวในเมืองลับแลรู้จักทำหัตถกรรมดังกล่าวให้แพร่หลายทั่วไปในเมืองลับแลด้วยความสามารถในการประดิษฐ์หัตถกรรมของนางสุมาลีและนางสมาลานี้ยังความปลาบปลื้มให้แก่เจ้าแคว้น และเจ้าหลักเป็นอันมาก ทั้งสองประสงค์จะนำสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ถวายแด่พระเจ้าเรืองธิราช

เจ้าแคว้นและเจ้าหลักจึงรวบรวมสิ่งประดิษฐ์ที่งดงามนานาชนิดพร้อมด้วยนางสุมาลีและนางสมาลาออกเดินทางไปอาณาจักรโยนกเชียงแสนอีกครั้งหนึ่ง เมื่อถึงราชธานีของอาณาจักรโยนกเชียงแสน จึงได้นำสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เข้าเฝ้าถวายต่อพระเจ้าเรืองธิราช พระองค์ได้ทอดพระเนตรสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ที่นำมาจากเมืองลับแลด้วยความสนพระทัย และทรงพอพระทัยเป็นอันมาก ตรัสชมเชยและมีรับสั่งให้นางมหาเทวีและนางเข้าไททั้งหลายในพระองค์ได้แต่งदानุ่ห้อยองค์ผ้าชิ้นตีนจก พร้อมทั้งถามถึงช่างผู้ประดิษฐ์เจ้าแคว้นได้กราบทูลว่าเป็นฝีมือของนางสุมาลีและนางสมาลาซึ่งเป็นธิดาของตนและธิดาของหนานคำแสน (เจ้าหลัก) พระองค์ จึงรับสั่งให้นำช่าง

มือทั้งสองเข้าเฝ้าเพื่อคู่ตัว เจ้าแคว้นได้นำนางสุมาลีและนางสุมาลาเข้าเฝ้าพระเจ้าเอกราชตามรับสั่งพระองค์พิเคราะห์ และพิจารณาแล้วเห็นว่าหญิงสาวทั้งสองมีลักษณะรูปพรรณสัณฐานคล้ายกันทุกประการทั้งนี้คือ มีคุณสมบัติครบถ้วนทุกประการที่จะเป็นชายาของเจ้าฟ้าอำมมาราชบุตรของพระองค์ได้ จึงเฝ้าขออนุญาตทั้งสองต่อเจ้าแคว้นและเจ้าหลักเพื่อให้เป็นชายาราชบุตรของพระองค์ เจ้าแคว้นและเจ้าหลักไม่ขัดข้องพระเจ้าเอกราชจึงประกาศกำหนดให้มีพิธีอภิเษกสมรสเจ้าฟ้าอำมมาราชบุตรกับนางสุมาลีและนางมาลาภายใน 6 เดือน ครึ่งถึงกำหนด 6 เดือนแล้ว เจ้าฟ้าอำมมาราชบุตรพร้อมด้วยพระญาติ สมณะชีพรามณ์ทหาร ข้าทาสบริวารได้ตกแต่งขบวนขันหมากแห่แห่นจากอาณาจักร โยนกเชียงแสนเดินทางมุ่งมายังเมืองลับแลครั้งเมื่อถึงเมืองลับแลได้จัดพิธีอภิเษกสมรสระหว่าง เจ้าฟ้าอำมมาราชกับนางสุมาลี และนางสุมาลาตรงตามราชประเพณีทุกประการ หลังจากอภิเษกสมรสแล้วเจ้าฟ้าอำมมาราชได้แต่งตั้งให้นางสุมาลี และนางสุมาลาเป็นพระชายาฝ่ายซ้าย และฝ่ายขวาของพระองค์ และได้สร้างวังขึ้นใกล้เคียงกับวัดป่าแก้วเรไร (ปัจจุบัน คือ บริเวณวัดเจติยคีรีวิหาร ซึ่งยังมีซากคูเวียงปรากฏอยู่)

เจ้าฟ้าอำมมาราชได้เป็นกษัตริย์พระองค์แรกที่ปกครองเองลับแล ต่อจากนั้นได้มีราษฎรคนไทยจากดินแดนอื่นอพยพมาตั้งถิ่นฐานที่เมืองลับแลเพิ่มมากขึ้น เจ้าฟ้าอำมมาราชได้จัดสรรที่ดินให้แก่ราษฎรตั้งหลักฐานตามความเหมาะสม โดยราษฎรที่มีเชื้อสายมาจากอาณาจักร โยนกเชียงแสนให้ตั้งบ้านเรือนตั้งแต่บ้านคอกช้าง คอกควาย บ้านต้นเกลือ (ต้นเกี้ยว) บ้านเชียงแสน บ้านลับแลง (บ้านท้องลับแล) ส่วนราษฎรที่มีเชื้อสายมาจากเวียงจันทน์ให้ไปตั้งบ้านเรือนที่บ้านยางกระดาย บ้านนาแก้ว และ บ้านนาทะเล

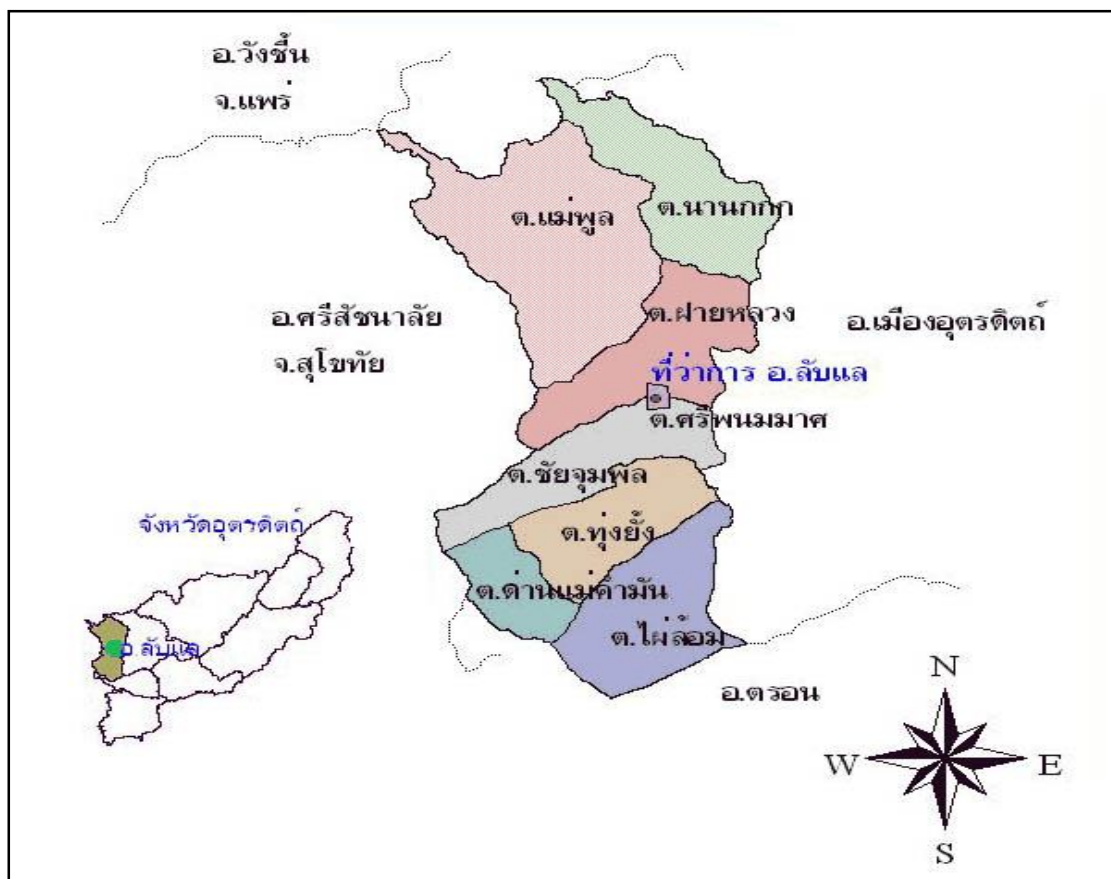
สันนิษฐานได้ว่าราษฎรของบ้านท้องลับแลมีเชื้อสายไทยวน มาจากเมืองเชียงแสน แห่งอาณาจักรล้านนาโบราณ (ปัจจุบันเมืองเชียงแสนอยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย) ได้อพยพมาตั้งหลักแหล่งอยู่ในปัจจุบัน โดยการนำของหนานคำลือ และหนานคำแสนเมื่อมาถึงที่อยู่ปัจจุบันมองเห็นสภาพอันอุดมสมบูรณ์จึงตั้งหลักแหล่งกันอยู่ที่นี่ ในช่วงตะวันลับยามแลง (ตะวันตกดิน) จึงเรียนดินแดนแถบนี้ว่า “บ้านลับแลง” จากนั้นได้มีการส่งเครื่องบรรณาการไปถวายให้กับพระเจ้าเอกราชผู้ครองเมืองเชียงแสนและได้รับพระราชทานพระไตรปิฎกพร้อมทั้งได้เชิญให้เจ้าฟ้าอำมมาราชมาปกครองเมืองลับแลต่อมาทางราชการเปลี่ยนชื่อบ้านลับแลงให้เป็น บ้านท้องลับแล ในภายหลังช่วงของการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน ได้มีการแบ่งหมู่บ้านจากหมู่ 7 บ้านท้องลับแล โดยเพิ่มเป็นหมู่ 10 บ้านท้องลับแลพัฒนา

ตำนานเมืองลับแล

เมืองลับแลนั้นเป็นอำเภอเล็กๆ แห่งหนึ่งในจังหวัดอุตรดิตถ์ แต่เดิมคงเป็นเมืองที่การเดินทางไปมาไม่สะดวก เส้นทางคดเคี้ยว ทำให้คนที่ไม่ชำนาญทางพลัดหลงได้ง่าย จนได้ชื่อว่าเมืองลับแล ซึ่งแปลว่า มองไม่เห็น มีเรื่องเล่ากันว่าคนมีบุญเท่านั้นจึงจะได้เข้าไปถึงเมืองลับแล

ตำนานนี้เล่ากันสืบมาว่า ครั้งหนึ่งมีชายคนหนึ่ง (น่าจะเป็นคนเมืองทุ่งยั้ง) เข้าไปกินป่า ได้เห็นหญิงสาวสวยหลายคนเดินออกมา ครั้นมาถึงชายป่า นางเหล่านั้นก็เอาใบไม้ที่ถือมาไปซ่อนไว้ในที่ต่างๆ แล้วก็เข้าไปในเมือง ด้วยความสงสัยชายหนุ่มจึงแอบหยิบใบไม้มาเก็บไว้ใบหนึ่ง ตกบ่าหญิงสาวเหล่านั้นกลับมา ต่างก็หาใบไม้ที่ตนซ่อนไว้ ครั้นได้แล้วก็ถือใบไม้นั้นเดินหายลับไป มีหญิงสาวคนหนึ่งหาใบไม้ไม่พบ เพราะชายหนุ่มแอบหยิบมา นางวิตกเดือดร้อนมาก ชายหนุ่มจึงปรากฏตัวให้เห็นและคืนใบไม้ให้ โดยมีข้อแลกเปลี่ยนคือ..ขอติดตามนางไปด้วยเพราะปรารถนาจะได้เห็นเมืองลับแลหญิงสาวก็ยินยอม นางจึงพาชายหนุ่มเข้าไปยังเมืองซึ่งชายหนุ่มสังเกตเห็นว่าทั้งเมืองมีแต่ผู้หญิง นางอธิบายว่าคนในหมู่บ้านล้วนมีศีลธรรม ถือวาจาสัตย์ ใครประพฤติผิดก็ต้องออกจากหมู่บ้านไป ผู้ชายส่วนมากมักไม่รักษาวาจาสัตย์จึงต้องออกจากหมู่บ้านกันไปหมด แล้วนางก็พาชายหนุ่มไปพบมารดาของนาง ชายหนุ่มเกิดความรักใคร่ในตัวนางจึงขออาศัยอยู่ด้วย มารดาของหญิงสาวก็ยินยอม แต่ให้ชายหนุ่มสัญญาว่าจะต้องอยู่ในศีลธรรม ไม่พูดเท็จ ชายหนุ่มได้แต่งงานกับหญิงสาวชาวลับแลจนมีบุตรชายด้วยกัน 1 คน

วันหนึ่งขณะที่ภรรยาไม่อยู่บ้าน ชายหนุ่มผู้เป็นพ่อเลี้ยงบุตรอยู่ บุตรน้อยเกิดร้องไห้หาแม่ไม่ยอมหยุด ผู้เป็นพ่อจึงปลอบว่า“แม่มาแล้ว ๆ” มารดาของภรรยาได้ยินเข้าก็โกรธมากที่บุตรเขยพูดเท็จ เมื่อบุตรสาวกลับมา ก็บอกให้รู้เรื่อง ฝ่ายภรรยาของชายหนุ่มเสียใจมากที่สามีไม่รักษาวาจาสัตย์ นางบอกให้เขาออกจากหมู่บ้านไปเสีย แล้วนางก็...จัดห่ายามใส่เสปียงอาหารและของใช้ที่จำเป็นให้สามี พร้อมทั้งจุดหัวขมิ้นใส่ลงไปด้วยเป็นจำนวนมาก จากนั้นก็พาสามีไปยังชายป่าชี้ทางให้ แล้วนางก็กลับไปเมืองลับแล ชายหนุ่มไม่รู้จะทำอย่างไรก็จำต้องเดินทางกลับบ้านตามที่ภรรยาชี้ทางให้ ระหว่างทางที่เดินไปนั้น เขามีความรู้สึกว่าดุกยามที่ถือมาหนักขึ้นเรื่อยๆ และหนทางก้าวไกลมาก จึงหยิบเอาขมิ้นที่ภรรยาใส่มาให้ทิ้งเสียจนเกือบหมด ครั้นเดินทางกลับไปถึงหมู่บ้านเดิม บรรดาญาติมิตรต่างก็ซักถามว่าหายไปอยู่ที่ไหนมาเป็นเวลานาน ชายหนุ่มจึงเล่าให้ฟังโดยละเอียดรวมทั้งเรื่องขมิ้นที่ภรรยาใส่ข่มมาให้แต่เขาทิ้งไปเกือบหมด เหลืออยู่เพียงแฉ่งเดียว พร้อมทั้งหยิบขมิ้นที่เหลืออยู่ออกมา ปรากฏว่าขมิ้นนั้นกลับกลายเป็นทองคำทั้งแท่ง ชายหนุ่มรู้สึกแปลกใจและเสียดาย จึงพยายามยื้อนไปเพื่อหาขมิ้นที่ทิ้งไว้ ปรากฏว่าขมิ้นเหล่านั้นได้กลายเป็นต้นไม้ไปหมดแล้ว และเมื่อขุดคุ้ยพบแต่แฉ่งขมิ้นธรรมดาที่มีสีเหลืองทอง แต่ไม่ใช่ทองเหมือนแฉ่งที่เขาได้ไป เขาพยายามหาทางกลับไปเมืองลับแล แต่ก็หลงทางวอกวนไปไม่ถูก จนในที่สุดก็ต้องละความพยายามกลับไปอยู่หมู่บ้านของตนตามเดิม(ตำนานเมืองลับแล. 2552 ออน-ไลน์)



ภาพที่ 4 แสดงแผนที่อำเภอหล่ม

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี และอำเภอศรีสำราญ จังหวัดสุโขทัย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอศรีสำราญ จังหวัดสุโขทัย

การปกครอง อำเภอหล่มแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 8 ตำบล ได้แก่

1. ศรีพนมมาศ (Si Phanom Mat)
2. แม่พูน (Mae Phun)
3. นานกกก (Na Nok Kok)
4. ฝ่ายหลวง (Fai Luang)
5. ชัยชุมพล (Chai Chumphon)
6. ไผ่ล้อม (Phai Lom)
7. ทุ่งยั้ง (Thung Yang)

8. ด่านแม่คำมัน(Dan Mae Kham Man)

ภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ มีลักษณะพื้นที่ราบลุ่มทางตอนใต้ ค่อนสูงขึ้นไปทางตอนกลางและเป็นภูเขาทางตอนเหนือและทางตะวันตก มีพื้นที่ราบประมาณ 117 ตารางกิโลเมตร

ภูเขา มีพื้นที่ภูเขาประมาณ 306 ตารางกิโลเมตร

แม่น้ำ ไม่มีลำน้ำสายใหญ่ไหลผ่าน แต่มีลำน้ำที่เกิดจากเทือกเขาน้อยใหญ่ทางตอนเหนือ เช่น คลองแม่พร่อง หนองพระแล หนองนาเกลือ บึงมาย คลองพระเสด็จ

ภูมิอากาศ

ลักษณะทางภูมิอากาศเป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ เดือนมีนาคม- เดือนมิถุนายน

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม- เดือนตุลาคม

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน- เดือนกุมภาพันธ์

ตำบลฝายหลวง

ตำบลฝายหลวงแต่เดิมครอบคลุมพื้นที่รวมไปถึงตำบลน่านกกกในปัจจุบันราษฎรตำบลมีเชื้อสายมาจากอำเภอเขมแสน จังหวัดเชียงราย ได้อพยพมาตั้งหลักแหล่งอยู่บ้านคอกควายในปัจจุบัน โดยการนำของเจ้าฟ้าฮ่ามราชกุมาร โดยอาศัยเกวียนเป็นพาหนะเมื่อมาถึงที่อยู่ปัจจุบันมองเห็นสภาพอันอุดมสมบูรณ์ จึงตั้งหลักแหล่งอันอยู่ที่นี่และเอาสัตว์พาหนะมาเลี้ยงร่วมกัน จึงเรียกว่า คอกควาย ต่อมาเป็นบ้านคอกควาย ต่อมาทางราชการได้มาสร้างฝายน้ำล้นขนาดใหญ่เพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ในการเกษตร ชาวบ้านจึงเรียกฝายนี้ว่าฝายหลวง” จึงเป็นที่มาของ “ตำบลฝายหลวง”

สภาพทั่วไปของตำบล ฝายหลวง

เป็นที่ราบติดภูเขา ราษฎรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำสวนผลไม้ ปลูกสาคูทุเรียน มังคุด กาแฟ ฯลฯ ทำพืชไร่ปลูกหอมแดง ปลูกข้าว พืชฤดูแล้ง ตลอดจนปีบางส่วนมีอาชีพทำไม้กวาด

อาณาเขตตำบลฝายหลวง

ทิศเหนือ ติดตำบลแม่พูล

ทิศใต้ ติดเทศบาลศรีพนมมาศและตำบลท่าเสา

ทิศตะวันออก ติดตำบลน่านกกกและตำบลชัยภูมิพล

ทิศตะวันตก ติดอำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย

จำนวนประชากรของตำบลฝายหลวง

จำนวนประชากรทั้งสิ้น ๑๙,๔๓๕ คน เป็นชาย ๔,๗๔๕ คน เป็นหญิง ๔,๖๙๐ คน

ข้อมูลอาชีพของตำบลฝายหลวง

อาชีพหลัก ทำนา ทำสวนทำไร่

ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบลฝายหลวง

1. อนุสาวรีย์เจ้าฟ้าฮ่ามกุมาร
2. ฝายเก็บน้ำฝายหลวง
3. ประตูปอสถ์วัดคอนสัค
4. พระธาตุวัดเจดีย์คีรีวิหาร

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของตำบลฝายหลวง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่

1.1 ฝายหลวง เมื่อปี พ.ศ. ๒๔๔๔ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ ๕) ได้เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรความเป็นอยู่ของประชาชน ณ เมืองลับแลได้มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้สร้างฝายกั้นน้ำเพื่อนำน้ำไปใช้ในด้านเกษตรกรรมโดยมีพระศรีพนมมาศเป็นผู้รับสนองพระราชโองการสร้างฝายแห่งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี สำหรับฝายกั้นน้ำในสมัยนี้สองแห่งคือฝายกู่ (ฝายสมเด็จพระเจ้า) และฝายหลวงแห่งนี้ นับเป็นฝายแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณและแสดงถึงความจงรักภักดีต่อพระองค์ท่านชาวบ้านจึงเรียกตำบลนี้ว่า“ตำบลฝายหลวง”

1.2 ม่อนจำศีลเจ้าฟ้าฮ่ามกุมาร เจ้าผู้ครองเมืองลับแลองค์แรก (พ. ศ. ๒๕๑๓) ใช้เป็นที่บำเพ็ญศิวภาวนาเมื่อวันที่ ๑๔ ตุลาคม พ.ศ. ๒๔๔๔ (ร.ศ.๑๒๐) เป็นที่ตั้งพลับพลาธิบดีจักรกาลที่ ๕ ในคราวเสด็จประพาสเมืองลับแล เคยเป็นที่ตั้งของที่ทำการเมืองลับแล เมื่อปี พ.ศ.๒๔๕๐ รัชกาลที่ ๖ เสด็จเมืองลับแลและได้พระราชนิพนธ์ไว้ดังนี้ ข้าพเจ้าได้ไปเที่ยวเมืองลับแลออกจากที่พักที่อุตรดิตถ์แล้วได้เลยไปเที่ยวที่เขาม่อนจำศีล บนยอดเขานี้แลดูเห็นแผ่นดินโดยรอบได้ไกลมีทุ่งนาไปจนสุดสายตาแลเห็นเขาเป็นทิวเทือกซ้อนสลับเป็นชั้นร่าวกกับกำแพงนำคูหนักหนาเหมือนฝายในเขตลับแลนี้ พระศรีพนมมาศได้จัดทำขึ้นไว้มา เป็นประโยชน์ในการเพาะปลูกมากเพราะมีน้ำใช้ตลอดปี ที่ลับแลบริบูรณ์มากทั้งไร่นาและสวนผลไม้ต่างๆ

1.3 อนุสาวรีย์เจ้าฟ้าฮ่ามกุมาร เป็นอนุสาวรีย์ของปฐมผู้ปกครองเมืองลับแล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหน้าประวัติศาสตร์เมืองอุตรดิตถ์ ด้านหลังของบริเวณอนุสาวรีย์จะเห็นเนินเขาอัน

เป็นจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นตัวเมืองลับแล อนุสาวรีย์ตั้งอยู่บริเวณบ้านท้องลับแลพัฒนา หมู่ที่ 10 ตำบลฝายหลวง ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 2 กิโลเมตร

1.4 บ้านประตู่วิหารวัดคอนสัก วัดคอนสักตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านน ซ้ำบฝายหลวง สร้างในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี วัดนี้เคยถูกไฟไหม้มาครั้งหนึ่งผู้ใดไปชมวัดคอนสัก จะเห็นความวิจิตรบรรจงของการก่อสร้างซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมแบบเชียงแสนปูนสุโขทัย แต่คนรุ่นหลังได้ฉาบปูนใหม่จึงทำให้ค่าของศิลปะแบบเก่าค่อยลงไป บ้านประตู่ของวิหารนี้ทำด้วยไม้ฉลุเป็นภาพนกมีรูปสัตว์แบบหิมพานต์แทรกอยู่ในที่ต่างๆ ลักษณะอ่อนช้อยงดงามมาก บ้านซ้ายและบ้านขวาลวดลายไม่เหมือนกันแต่เมื่อปิดแล้วลวดลายเข้าหากันได้สนิทแสดงว่าช่างสมัยนั้นมีศิลปะสูงมาก เสาประตูเป็นลายกนกโบราณ กนกกำปูลักษณะอ่อนช้อย

1.5 พระเจดีย์ศรีวิหารเป็นพระประธานที่เก่าแก่และสวยงามมากศิลปะแบบสุโขทัย และมีสถูปเจดีย์ที่นำศึกษาทางประวัติศาสตร์ ประดิษฐานอยู่ที่วัดเจดีย์ศรีวิหารหมู่ที่ ๒ บ้านวัดป่า ตำบลฝายหลวง ห่างจากที่ว่าการอำเภอลับแลประมาณ ๒ กิโลเมตร

1.6 หอพระไตรเก่าแก่หรือโบสถ์น้ำที่วัดคอนสักทำขึ้นไว้เพื่อเก็บหนังสือสมัยโบราณ และได้มีการทำมาตั้งแต่ พ.ศ. 2494 เหตุที่ต้องสร้างไว้กลางน้ำ ก็เพื่อป้องกันปลวก

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่

2.1 ความเชื่อในเรื่องของกรรมลึกลับ เช่น ความเชื่อเรื่องผีนางไม้ คนทรง ฯลฯ เมื่อพูดถึงเรื่องของความเชื่อในเรื่องของกรรมลึกลับนี้ ก็จะมีเพียงชาวบ้านบางส่วนเท่านั้นที่เชื่อและก็ยังมีความเชื่อในสิ่งที่ไม่ได้มีความเชื่อในเรื่องนี้แต่ก็ไม่ได้ลบหลู่แต่อย่างใด

2.2 คนตรีพื้นบ้านของชุมชนตำบลฝายหลวงก็จะมีระบำระยงซึ่ง มีงคนตรีระบำระยงซึ่งวงคนตรีระบำระยงพื้นบ้านที่มีมาของซึ่งวงคนตรีคือ มาจากการนำเอาอายุของคนในวงคนตรีมารวมกันแล้วได้ถึงพื้นปีจึงเป็นที่มาของวงคนตรีพื้นบ้าน นอกจากนี้ก็จะมีกองยาว มีการฟ้อนแบบล้านนาที่มีการแอ่นตัวจนถึงพื้น

2.3 อธิษฐานของประชาชนชุมชนฝายหลวง ฝายหลวงเป็นชุมชนที่มีการรวมตัวกันดีมาก ชุมชนมีความเข้มแข็ง ผู้คนในชุมชนมีความสามัคคีกันดีมาก มีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และยังมีจิตใจในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนอีกด้วย

2.4 ในเรื่องของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ชุมชนฝายหลวงเน้นในเรื่องของของการทำด้วยมือสินค้าในชุมชนฝายหลวงจึงมีความโดดเด่นในเรื่องของงานหัตถกรรม เช่น การทำไส้เมี่ยง ผ้าหม่นวม ไม้ตองกง ข้าวแคบ ข้าวพันฝั เป็นต้น

2.6 ในเรื่องของการเกษตร ส่วนใหญ่ชุมชนฝายหลวงก็จะทำเกี่ยวกับสวนผลไม้ เช่น สวนทุเรียน สวนลำไย สวนลองกองสวนลำไย ฯลฯ และนอกเหนือจากการทำสวนผลไม้แล้ว ฝายหลวงยังมีการทำ การเกษตรในเรื่องของการทำนาข้าว และการทำสวนหอม

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประเพณี ได้แก่

3.1 ประเพณีแห่ผ้าขึ้นโรง (ภาษาพื้นบ้านเรียกแห่ผ้าขึ้นโอง ซึ่งโองในที่นี้ จะหมายถึงโองเดือนหรือที่อยู่อาศัยนั่นเอง) ประเพณีแห่ผ้าขึ้นโรงจะมีจัดขึ้นในวันขึ้น 13 ค่ำเดือน 6 และในประเพณีแห่ผ้าขึ้นโรงก็จะมีการบวงสรวงเจ้าฟ้าอ๋ามกุมารผู้ก่อบ้านแปกเมืองลับแล นับเป็นการขอขอฝนให้ตกต้องตามฤดูกาลปลูกไม้ผลอุดมสมบูรณ์ ประเพณีแห่ผ้าขึ้นโรงคือการนำผ้าศักดิ์สิทธิ์ที่ประพรมด้วยน้ำอบน้ำหอมขึ้นไปสักการะประดิษฐานเจ้าฟ้าอ๋ามกุมารบริเวณเชิงคอยม่อนอาร์กหรือที่หน้าอนุสาวรีย์เจ้าฟ้าอ๋ามกุมาร ในประเพณีนี้ก็จะมีการกรวดน้ำ รดน้ำให้แก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วและมีการแสดงถวายหน้าอนุสาวรีย์เจ้าฟ้าอ๋ามกุมาร เช่น การฟ้อนรำ ผ้าขึ้นโรง การฟ้อนดาบ

3.2 ประเพณีค้ำงูยา เป็นประเพณีทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษ บรรพสตรีผู้ล่วงลับไปแล้วและเพื่อแสดงถึงความกตัญญูทวาทิต่อท่านผู้มีบุญคุณและอุทิศกุศลส่งให้เจ้ากรรมนายเวรจะได้ขอโทษกรรมให้และแสดงถึงสายสัมพันธ์และความสามัคคีระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน ซึ่งประเพณีนี้มีมาตั้งแต่สมัยโบราณหลายชั่วชีวิตคนและสืบทอดมาโดยตลอด ประเพณีนี้จะจัดในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา เริ่มตั้งแต่แรม 8 ค่ำ เดือน 7 ถึง แรม 15 ค่ำ เดือน 10

3.3 ประเพณีใส่บาตรผิงหนาว จะจัดในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนยี่ ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวนาคำลังเก็บเกี่ยวข้าวเข้าบ้าน ในการทำประเพณีนี้ทุกบ้านจะต้องเผาข้าวหลามเพื่อไปทำบุญที่วัด

3.4 ประเพณีออกพรรษา (มีจุดเด่นจากชุมชนอื่นคือ จะมีการเทศมหาชาติ 2 กลัป คือ ปกติในวันออกพรรษาของชุมชนอื่นจะมีการมหาชาติในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 แต่ที่ชุมชนผายหลวงจะมีการเทศมหาชาติในวันขึ้น 15 ค่ำ และแรม 3 ค่ำ เดือน 11)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิติมา กิจประเสริฐ และคณะ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เว็บไซต์สารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS-Web) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลนานกกก โดยประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ระบบ คือฐานข้อมูลอรรถาธิบายหรือฐานข้อมูลเชิงบรรยาย และฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของแผนที่ภายในขอบเขตของตำบลนานกกก โดยมีระบบฐานข้อมูลเชิงบรรยาย เป็นข้อมูลแสดงรายละเอียดของสถานที่สำคัญและผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ชื่อสถานที่สำคัญ ชื่อผลิตภัณฑ์ชุมชน และระบบฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ เป็นข้อมูลแผนที่แสดงรายละเอียดพื้นฐานภายในตำบลนานกกก ได้แก่ ถนน เส้นทาง ระยะทาง เป็นต้น ในส่วนของแผนที่จะมีการแบ่งเป็นชั้นของแผนที่ (Layer) ได้แก่เขตของตำบลนานกกก สถานที่สำคัญ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ถนน ระยะทาง วิจัยครั้งนี้ได้จัดเก็บข้อมูลเชิงบรรยายของสถานที่และสถานที่สำคัญ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชนในตำบลนานกกก อําเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อช่วยประกอบการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง สะดวกรวดเร็ว ลดระยะเวลา และยังช่วยใน

งานด้านการจัดเก็บและปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนของเจ้าหน้าที่ ให้ใช้งานได้ง่าย ถูกต้อง และมีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์สามารถนำข้อมูลสารสนเทศสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ และผลิตภัณฑ์ชุมชนในตำบลนานกกก ไปใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิระวัฒน์ คามชูและคณะ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา หมู่ 1 บ้านเกาะลิหะห์ ตำบลรัชฎา อำเภอมือเมือง จังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาศักยภาพของพื้นที่ที่จะพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน และสร้างความร่วมมือภาคีระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชนและผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่หมู่ที่ 1 บ้านเกาะลิหะห์ ด้านศักยภาพของพื้นที่ มีความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พอสมควรอย่างไรก็ตามจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม ในด้านสภาพทางกายภาพ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสภาพทางชีวภาพของพื้นที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน ในส่วนของการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ พบว่า ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อยมาก เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ โครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนจากสังคมชนบทเป็นสังคม ขาดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน และประชาชนมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ใช่หน้าที่ของตน แต่เป็นหน้าที่ของรัฐแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ เป็น 2 ระยะ คือ 1) ระยะต้น เป็นการพัฒนาองค์ความรู้และจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว 2) ระยะกลาง เป็นการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ 3) ระยะปลาย เป็นการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

จิราภา วงษ์ท้าว (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อการจัดทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมโรงแรม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรบุคคลและสำรวจผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อการจัดการทรัพยากรบุคคลในโรงแรมระดับ 3 ถึง 5 ดาว ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก โดยมีโครงสร้างของคำถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีส่วนสำคัญในการบริหารคนเพื่อจะบรรลุซึ่งจุดมุ่งหมายของธุรกิจและสร้างความรักองค์กรของพนักงานบทบาทของการเป็นผู้ช่วยบริหาร โรงแรมในการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจและวิทยาการที่ทันสมัยเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรบุคคล การให้ความรู้ การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อสร้างความตระหนักและการยึดมั่นในการรักษาสิ่งแวดล้อมการให้ความเท่าเทียมกันในโอกาสการว่าจ้างแรงงานท้องถิ่น การให้การสนับสนุนในเรื่องความก้าวหน้าทางอาชีพ

คุณภาพของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์

ลดาวัลย์ มุลละ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหมู่บ้านปางมะโอ ตำบลแม่ณะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยการใช้สมุนไพรท้องถิ่นวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ในการพัฒนาหมู่บ้านปางมะโอ ตำบลแม่ณะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยการใช้สมุนไพรท้องถิ่น โดยเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในหมู่บ้านโดยการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โคนใช้สมุนไพรท้องถิ่นและแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านปางมะโอ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยการใช้สมุนไพรท้องถิ่น พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจะทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพการและสุขภาพจิตที่ดี ในส่วนการศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอกหรือการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส หมู่บ้านปางมะโอมีจุดแข็งและโอกาสมากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรคทั้งจุดแข็งในด้านความพร้อมของชุมชนด้าน สถานที่ สภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์และมีสมุนไพรนานาชนิด ทั้งโอกาสที่ได้จากการสนับสนุนของจากรัฐบาลและเอกชนเพื่อให้ท้องถิ่นของตนเกิดประโยชน์สูงสุด

พจนารถ กริ่งไกร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชน ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม : กรณีศึกษาดำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ตำบลโป่งงามได้มีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นั้น มีทั้งกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนทั่วไป ทั้งเพศชายและหญิงที่หลากหลายอาชีพ หลายระดับการศึกษาหลายระดับรายได้ มาร่วมมือกันทำงานเพื่อให้เกิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีเป้าหมายสำคัญที่สุดของการจัดการท่องเที่ยว คือ การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

พนิตดา สิงห์ครา (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนห้วยฮี้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากการวิจัยพบว่านโยบายของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนนี้ มีไม่มากนักแต่เป็นการกำหนดนโยบายโดยชุมชนเอง การดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนด้วยตนเองของสมาชิกในชุมชนนั้น ย่อมแสดงให้เห็นถึงภาวะพึ่งตนเองได้เป็นอย่างดี ความสามารถในการพึ่งตนเองได้นั้นเกิดขึ้นได้เพราะชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเกิดมาจากคนในชุมชนมีส่วนร่วมคิดร่วมตัดสินใจเพื่อชุมชนนั้นเองนอกจากนี้ ความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ต้องอาศัย เศรษฐกิจชุมชน ผลผลิตชุมชน และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

สุนทร สุขไทย (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสภาพตลาดการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุดรดิษฐ์ผลการวิจัยได้ทราบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบเที่ยวเรียงตามลำดับ ได้แก่

ธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ธรรมชาติดัดแปลง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทันสมัย และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและหัตถกรรม

อรรถรณ พันธุ์เนตร (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประเมินความต้องการมีส่วนร่วมและความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประชาชน : กรณีบ้านหาดไคร้ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาได้กล่าวไว้ว่า จากการศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของความต้องการมีส่วนร่วมและความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของประชาชนนั้น พบว่าประชาชนมีบทบาทน้อยมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เมื่อมีโครงการพัฒนาเกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่แล้วชาวบ้านจะไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเท่าที่ควรชาวบ้านจึงให้ความเห็นว่า เมื่อมีโครงการพัฒนาเข้ามาในหมู่บ้าน ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ชาวบ้านร่วมกันพิจารณาถึงจุดประสงค์ที่แท้จริงและเพื่อให้โครงการได้บรรลุตามเป้าหมาย การพัฒนาควรมีการวางแผนที่ดีและควรพัฒนาคนไปพร้อมๆ กับการพัฒนาสถานที่

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ต้องมีองค์ประกอบสำคัญที่เป็นหลักอยู่ ประการ คือ ศักยภาพของชุมชนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการจัดการ โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการ อันจะทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์ในหลายรูปแบบ เช่น การเรียนรู้ร่วมกัน ในการคิดวิเคราะห์ การพัฒนา ตลอดจนรายได้จากการท่องเที่ยว แม้จะไม่มากนักก็ตามงานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยม และได้รับการส่งเสริมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างกว้างขวาง มีทั้งงานวิจัยที่ศึกษาจากชุมชนที่ประสบความสำเร็จอย่างดีในการจัดการท่องเที่ยว เช่น กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี หรือกรณีศึกษา : หมู่บ้านร่องกล้า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น งานวิจัยบางส่วนมุ่งศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนโดยนำศักยภาพที่ชุมชนเป็นทุนทางสังคมอยู่ก่อนแล้ว และนำมาประสานกับการจัดการท่องเที่ยวตามหลักวิชาการเพื่อให้ชุมชนที่มีความพร้อมได้พัฒนาตนเองเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของบริบทชุมชน ดังนั้น การศึกษาศักยภาพของชุมชน เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพื้นฐานทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่ จึงเป็นเหตุจูงใจให้งานวิจัยนี้เกิดขึ้น