

เลขที่ ๕๕

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์
ท้องถิ่น เขตมีนบุรี

จัดทำโดย นายรัชช สี่โรตง

ตำแหน่ง นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ

สังกัด ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตมีนบุรี

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๒๕

สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙

๑. ชื่อเรื่อง ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมท้องถิ่น เขตมโนบุรี

๒. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสังคมไทยยังขาดแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของท้องถิ่นและภูมิ
กำเนิดของตนเอง ทำให้กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมขาดการถ่วงถ่วงการพัฒนาทางสังคม ขาดความ
ต่อเนื่องในเชิงเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม
เนื่องจากการอพยพย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมืองหลวง ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ขาด
ความยึดเหนี่ยวทางค่านิยมและชาติอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีไทย

กรุงเทพมหานคร มีนโยบายจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างแหล่งรวบรวมมรดกทาง
ศิลปะ และวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาของชาวบ้านในแต่ละท้องถิ่นของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นแหล่ง
ศึกษาค้นคว้าของอนุชนคนรุ่นหลัง โดยมีอาคารอันทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ
ข้าวของเครื่องใช้ อาหาร สมุนไพร หัตถกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ชุมแสดงวิถีชีวิต และ
นิทรรศการ อันเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อเผยแพร่แก่น้องประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยว ทั้งชาว
ไทยและชาวต่างชาติ ได้รับรู้ถึงความยิ่งใหญ่แห่งภูมิปัญญา และการดำรงชีวิตของชาวบ้านตั้งแต่อดีตจนถึง
ปัจจุบัน

จากนโยบายดังกล่าว กรุงเทพมหานคร โดยสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว จึงได้
ดำเนินการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม และ
ภูมิปัญญาของผู้คนในแต่ละท้องถิ่นเผยแพร่แก่ประชาชน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ.
๒๕๕๖ จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครขึ้นครั้งแรก ในพื้นที่ ๔ เขตนำร่อง ประกอบด้วย เขตบางรัก
เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางกอกน้อย และเขตบางขุนเทียน ต่อมาปี พ.ศ.๒๕๕๗ ดำเนินการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก ๒๓
แห่ง และในปี พ.ศ.๒๕๕๑ ได้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตมโนบุรี รวม ๒๘ แห่ง และอยู่ใน
ความรับผิดชอบของสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ๑ แห่ง รวมทั้งสิ้นจำนวน ๒๙ แห่ง ในส่วนของ
สำนักงานเขตมโนบุรี ซึ่งเป็นเมืองเก่า มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ๑๐๐ กว่าปี เดิมเขตมโนบุรีเคยเป็น
จังหวัดหนึ่ง ขึ้นกับมณฑลกรุงเทพ ตั้งแต่สมัยรัชการที่ ๕ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวมพื้นที่ท้องที่อำเภอ
คลองสามวา และอำเภออื่นอีก ๓ อำเภอ คือ อำเภอแสนแสบ อำเภอเจียรตัมและอำเภอหนองจอก รวม ๔
อำเภอ ให้ตั้งเป็นเมืองขึ้นชื่อ “มโนบุรี” แปลว่า เมืองปลา เมื่อปี ร.ศ.๑๒๑ (ปี พ.ศ. ๒๕๔๕) ซึ่งสำนักงานเขตมโน
บุรี ได้ปรับปรุงอาคารศาลาว่าการจังหวัด (เดิม) เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตมโนบุรี โดย
พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ได้รับพระราชทานชื่อพิพิธภัณฑ์ว่า “พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเมืองมโนบุรี เฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา
๕ ธันวาคม ๒๕๕๐”

ในปัจจุบันนี้ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครที่เปิดให้บริการแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป เหลือจำนวน ๒๖ แห่ง ในพื้นที่สำนักงานเขต ๒๕ เขต และสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ๑ แห่ง พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ที่หยุดให้บริการ จำนวน ๓ แห่ง และพิพิธภัณฑ์ฯ ที่ยังดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนี้ยังไม่ได้รับความสนใจ และมีจำนวนประชาชนหรือนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมไม่ได้ตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ ซึ่ง

บางแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่โรงเรียน วัด จึงแทบจะไม่มีประชาชนเข้าเยี่ยมชมนอกจากนักเรียนในโรงเรียนนั้นๆ ส่วนที่อยู่ในวัดก็มีประชาชนเข้าเยี่ยมชมน้อย จึงมีบางคนกล่าวว่าเป็นเหมือน “สุสานพิพิธภัณฑ์”

พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตมีนบุรี ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เหมาะสม มีสถาปัตยกรรมภายในอาคารที่สวยงาม มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน แต่ก็ยังมีผู้สนใจและเข้าเยี่ยมชมน้อย ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ชนรุ่นหลังและบุคคลทั่วไป จึงได้ดำเนินศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี ขึ้น

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประวัติความเป็นมาของเมืองมีนบุรีและเป็นคลังปัญญาของคนในท้องถิ่น

๓.๒ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชน นักเรียน นักศึกษา ประชาชนผู้สนใจรวมทั้งนักท่องเที่ยวทั่วไป

๓.๓ เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

๓.๔ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

๔. เป้าหมาย

๔.๑ ได้รับทราบแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี

๔.๒ จัดวัตถุ สิ่งของที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ฯ ให้น่าสนใจและเพิ่มจำนวนจัดแสดงให้มากขึ้นปีละ ๑ ชิ้นขึ้นไป พร้อมระบุข้อมูลของวัตถุสิ่งของที่ชัดเจน

๔.๓ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี ได้รับการรู้จัก และมีผู้มาเยี่ยมชมมากขึ้น

๔.๔ เครือข่ายชุมชนเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี

๕. ความรู้ที่นำมาใช้ในการจัดทำรายงาน

การจัดทำรายงานการศึกษา เรื่อง ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี ผู้จัดทำได้นำความรู้ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการจัดทำ ดังนี้

๕.๑ การกิจและอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเขตและฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม

สำนักงานเขต มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการปกครอง การทะเบียน การจัดทำแผนพัฒนาเขต การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือท่าข้าม และที่จอดรถ การสาธารณสุขโรค และการก่อสร้างอื่นๆ การสาธารณสุขการ การส่งเสริม การฝึก และการประกอบอาชีพ การส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดการศึกษา การสังคมสงเคราะห์ การพัฒนาคุณภาพชีวิต การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น การจัดให้มีพิพิธภัณฑสถาน การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ การส่งเสริมกีฬา การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค และสิทธิเสรีภาพของประชาชน การส่งเสริม การมีส่วนร่วมของราษฎร การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย การอนามัย โรงมหรสพ และสาธารณสถานอื่นๆ การคุ้มครอง ดูแลบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การผังเมือง การวิศวกรรมจราจร การดูแลรักษาที่สาธารณะ การควบคุมอาคาร การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การจัดการสิ่งแวดล้อมและมลพิษต่างๆ การจัดเก็บรายได้ การบังคับการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร หรือกฎหมายอื่นที่กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร และหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาชุมชนและสังคม ทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม อนามัย และคุณภาพชีวิต เช่น การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน การเสริมสร้างศักยภาพของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชนและเครือข่ายชุมชน การพัฒนาสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย การจัดให้มีองค์กรประชาชนในรูปแบบคณะกรรมการชุมชน การส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งสหกรณ์ชุมชน กองทุนพัฒนาชุมชน กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง การปรับปรุงชุมชน การรื้อย้ายชุมชน การประสานงานกับหน่วยงานอื่นเพื่อจัดหาที่อยู่ชั่วคราวการส่งเสริมอาชีพ การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต การดำเนินการเกี่ยวกับยาเสพติด การสงเคราะห์สตรี ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส การสงเคราะห์และคุ้มครองสวัสดิภาพและส่งเสริมความประพฤติเด็ก การควบคุมดูแลการดำเนินงานสถานรับเลี้ยงเด็กและลานกีฬาในชุมชน การดำเนินการเกี่ยวกับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุและคนพิการ งานสภาเยาวชนเขต การอนุรักษ์ส่งเสริม เผยแพร่ ฟื้นฟู บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น งานสภาวัฒนธรรมเขต งานพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสนับสนุนและประสานการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายด้านวัฒนธรรม นันทนาการและการท่องเที่ยวและหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

๕.๒ ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. ๒๕๐๖ (ค.ศ. ๑๙๖๓) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร ”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า ๑ ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงคิใดๆก็ได้ แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (๒๕๔๖) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูริย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (๒๕๔๒) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

๕.๓ รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว ในประเทศไทย การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๖๗ สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการหรือสถานที่สำคัญที่ชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ ๑๐ ปี ที่ผ่านมาทางองค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ ๓ รูปแบบหลัก ได้แก่

- ๑) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism)
- ๒) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism)

๓) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

๕.๓.๑ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism)

ประกอบด้วย

๑) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

๒) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

๓) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของ การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาระบบของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

๔) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

๕) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐาน

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

๕.๓.๒ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism)

ประกอบด้วย

๑) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษา

ต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

๒) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคม วัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

๓) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism/village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

๕.๓.๓ รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism)

ประกอบด้วย

๑) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดย

ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

๒) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

๓) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรม

ของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านภูไท หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาว
กะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี
เพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการ
จัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๔) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา
ตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนํ้า เป็น
ต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่า
และคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนใน
ท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๕) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว
ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนาน
ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

๖) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
และวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น

๗) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลัง
เกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การ
ท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย ๓ - ๔ ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย ๑ เดือน

๘) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่ม
ลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกิน
เป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่าย
เครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทน
จำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพัก
แรมและค่าอาหารระหว่าง

การเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัดรายการพักรวมตั้งแต่ ๒ - ๗ วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถาน
ท่องเที่ยวต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

๙) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I=
incentive/C=conference /E=exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มี
รายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour)
โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือ
สำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยว
พักค้างแรม ๒ - ๔ วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

๑๐) การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีผู้จัดการการท่องเที่ยว คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ ๒ - ๗ วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่อาสาสมัครมาช่วยงานสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น

๕.๔ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ (๒๕๔๖, หน้า ๖๕๗) ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่า "การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน"

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน สามารถอธิบายเป็นข้อๆ ได้ ดังนี้ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี, ๒๕๔๓, หน้า ๘)

๑. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม

การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ ด้วยการทำให้บุคคลหลาย ๆ กลุ่ม เช่น ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล เกิดความรู้สึกประทับใจต่อหน่วยงานนั้น ๆ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ รวมทั้งเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าที่ดี ให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และสร้างความผูกพันทางใจ

๒. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงให้แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ โดยช่วยให้หน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้าย ซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงยอไม่มี หรือมีน้อยมาก เพราะหน่วยงานได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอแล้ว

๓. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หมายถึง การประชาสัมพันธ์จะให้ข่าวสาร และข้อเท็จจริง ที่ถูกต้อง อันมิได้เป็นการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวจา เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือขึ้นระหว่างกลุ่มประชาชน หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และสังคม รวมทั้งทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับฝ่ายบริหาร ดังนั้น จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจกันทุกฝ่าย และส่งผลดีต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบันในภาพรวม

๔. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยมและความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวในที่สุด นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีส่วนช่วยฝ่าย การตลาด โดยฝ่ายการตลาดสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการขายและการตลาดได้อย่าง ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ ๒ ประเภท คือ (Bly, ๑๙๙๓, p. ๑๕)

๑. การประชาสัมพันธ์ภายใน

การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations) เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมไปถึงจนถึงนักการ ภารโรง คนขับรถภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เป็นต้นให้เกิดมีความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (loyalty) ต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญและมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบันจะดีไปไม่ได้เลย หากการประชาสัมพันธ์ ภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผล สะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยัง เอื้ออำนวยให้บริการ และการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันให้เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจนโยบายและการ ดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ ภายนอกด้วย

๒. การประชาสัมพันธ์ภายนอก

การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations) เป็นการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ประชาชนที่หน่วยงาน องค์กร

และสถาบันเกี่ยวข้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภครวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดีการทำกรประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมากจึงอาจจะใช้สื่อมวลชนและสื่อต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่สาธารณชน ปัจจุบันหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

อาจกล่าวได้ว่างานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีองค์ประกอบครบถ้วนตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ๕ ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสารและปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

๑. ช่วยลดช่องว่างแห่งการสื่อสารในสังคม
๒. สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในสังคม
๓. สร้างความรับผิดชอบต่อสังคม
๔. สร้างความเข้าใจต่อรัฐบาล
๕. ช่วยให้เกิดการพัฒนาเครื่องมือสื่อสาร เทคโนโลยีใหม่
๖. เกิดมาตรฐานใหม่ทางจริยธรรม
๗. กระตุ้นให้เกิดการพิทักษ์และคุ้มครองผู้บริโภค
๘. มีวิชาชีพการประชาสัมพันธ์เปิดสอน
๙. ก่อกำเนิดวิชาชีพทางด้านประชาสัมพันธ์
๑๐. เกิดการยอมรับของหน่วยงานองค์กรต่างๆ

ฯลฯ

ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์

๑. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
๒. เพื่อใช้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
๓. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ฯลฯ

๕.๕ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย และเครือข่ายชุมชน

เครือข่าย (Network) คือ กลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดรูปหรือจัดระเบียบโครงสร้างที่คนหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระ (ขนิษฐา กาญจนรังษิณนท์, ๒๕๕๑) ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (Starkey, ๑๙๙๗)

สำหรับแนวคิดที่ว่าด้วย “เครือข่าย” (Network) นั้น เป็นแนวคิดและแนวปฏิบัติที่มีมาช้านาน แนวคิดเรื่องเครือข่ายสัมพันธ์กับแนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคม (Civil Society) และแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจรัฐ ทั้งนี้ ในความหมายที่กว้างเครือข่ายคือหัวใจของวิถีชุมชนในอดีต ซึ่งผู้คนอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพาอาศัยกันทั้งในชุมชนและกับชุมชนอื่นๆ มีความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่แสดงออกทางกิจกรรมที่ทำกันสม่ำเสมอ หรือเป็นครั้งคราว ทั้งนี้ เพื่อความอยู่รอดของชุมชน เพราะแม้มีอำนาจรัฐอยู่ แต่ก็ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงวิถีปฏิบัติของชุมชน ต่อมาเมื่ออำนาจรัฐแผ่ลงไปจนกระทบถึงวิถีชุมชนก็มีการจัดการเครือข่ายส่วนหนึ่งเพื่อจัดการชีวิตของชุมชนเอง อีกส่วนหนึ่งเพื่อหาทางออก ถ้าหากถูกบีบคั้นจนเกินไป ดังกรณีฝิ่นหรือขบถต่าง ๆ ซึ่งมีการประสานเครือข่ายระหว่างชุมชนหลายๆ แห่งคล้ายกับสมัชชาทั้งหลายในปัจจุบัน หรือในกรณีของตะวันตก คือ การจัดการชุมชนชาวคริสต์ภายใต้โครงสร้างทางศาสนาคริสต์ที่เป็นเครือข่ายแบบหนึ่งที่แม้ว่าไม่ได้ปฏิเสธอำนาจรัฐ แต่ด้านหนึ่งก็ถือว่า ตนเป็นอิสระ เพราะขึ้นต่ออำนาจของพระเจ้าคือพระสันตะปาปาและผู้นำศาสนาทั้งหลาย (เสรี พงศ์พิศ, ๒๕๔๘: ๑๙๗)

ในด้านการพัฒนาเอกชนก็ค่อยๆ เกิด “ขบวนการ” ในลักษณะที่เป็นเครือข่ายเพื่อเชื่อมประสานชุมชนมาตั้งแต่ปี ๒๕๒๕ เมื่อมีการเปลี่ยนกระบวนทัศน์การพัฒนา เปลี่ยนจากการทำโครงการการจัดการจัดองค์กรชุมชน ไปสู่การเชื่อมประสานให้เกิดกระบวนการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงที่มาจากข้างในชุมชน เพราะมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนโดยการใช้ทรัพยากรหรือ “ทุนชุมชน” ที่เหลืออยู่ ทั้งนี้ ในบริบทของสังคมไทยคำว่า “เครือข่ายชุมชน” จึงน่าจะหมายถึงกลุ่มองค์กรชาวบ้านที่สัมพันธ์กัน มีโครงสร้างและระบบจัดการเครือข่ายได้หลายระดับ ตั้งแต่ระดับตำบลถึงระดับชาติ (เสรี พงศ์พิศ, ๒๕๕๑)

๕.๖ ทฤษฎีของการจูงใจ (theories of motivation)

ความหมายของแรงจูงใจ

คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere”(Kidd, ๑๙๗๓:๑๐๑) ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” อันมีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกๆ วงการ

สำหรับโลเวลล์ (Lovell, ๑๙๘๐: ๑๐๙) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ” ไมเคิล คอมนแจน (Domjan ๑๙๙๖: ๑๙๙) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

สรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช้เป็นการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ยกตัวอย่างเช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อหวังความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ

ลักษณะของแรงจูงใจ แรงจูงใจมี ๒ ลักษณะดังนี้

๑.แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ และองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและทำงานอย่างเต็มที่

๒.แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม หรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น ที่มาของแรงจูงใจ

ความต้องการ (Need)

เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุลทำให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกหิวหรือเหนื่อยก็จะนอนหรือนั่งพัก ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยาแต่ละท่านอธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่างๆกันซึ่งสามารถแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น ๒ ประเภททำให้เกิดแรงจูงใจ

๑.แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (physical motivation)

เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด แรงจูงใจนี้จะมีสูงมากในวัยเด็กตอนต้นและวัยผู้ใหญ่ตอนปลายเนื่องจากเกิดความเสื่อมของร่างกาย

๒.แรงจูงใจทางด้านสังคม (social motivation)

แรงจูงใจด้านนี้สลับซับซ้อนมากเป็นความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เพื่อนฝูงในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมซึ่งในบางวัฒนธรรมหรือบางสังคมจะมีอิทธิพลที่เข้มแข็งและเหนียวแน่นมาก

แรงขับ (drives)

เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดควบคู่กัน เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าเป็นแรงขับ เช่นในการประชุมหนึ่งผู้เข้าประชุมทั้งหิว ทั้งเหนื่อย แทนที่การประชุมจะราบรื่นก็อาจเกิดการขัดแย้งหรือเพราะว่าทุกคนหิวก็รีบสรุปการประชุมซึ่งอาจจะทำให้ขาดการไตร่ตรองที่ดีก็ได้

สิ่งล่อใจ (incentives)

เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ต้องการให้พนักงานมาทำงานสม่ำเสมอก็ใช้วิธียกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานโดยจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานที่ไม่ขาดงานหรือมอบโล่ให้แก่ฝ่ายที่ทำงานดีประจำปี สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

การตื่นตัว (arousal)

เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมจะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา องค์กรที่มีบุคลากรที่มีความตื่นตัวก็ย่อมส่งผลให้ทำงานดี การศึกษาธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์มีความตื่นตัว ๓ ระดับคือ

- การตื่นตัวระดับสูงจะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจหรือตื่นเต้นเกินไปขาดสมาธิ
- การตื่นตัวระดับกลางคือระดับตื่นตัวที่ดีที่สุด
- การตื่นตัวระดับต่ำมักจะทำให้ทำงานเฉื่อยชา งานเสร็จช้า

การคาดหวัง (expectancy)

เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น พนักงานคาดหวังว่าเขาจะได้โบนัสประมาณ ๔-๕ เท่าของเงินเดือนในปีนี้ การคาดหวังทำให้พนักงานมีชีวิตชีวาซึ่งบางคนอาจสมหวัง บางคนอาจผิดหวังก็ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไป ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้พนักงานคับข้องใจในการทำงาน การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรม ถ้าองค์กรกระตุ้นให้พนักงานยกระดับผลงานตนเองได้และพิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าควรจะได้ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งองค์กรและพนักงาน

การตั้งเป้าหมาย (goal setting)

เป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคลจัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงาน ธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานเพราะจะส่งผลให้การทำงานมีแผนในการดำเนินการเหมือนเรือที่มีหางเสือ เพราะมีเป้าหมายชัดเจน

๖. กรอบแนวทางการดำเนินการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้จัดทำรายงานศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพืชรักษ์ท้องถิ่น เขตมินบุรี ได้กำหนดกรอบการดำเนินงาน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

จัดทำโครงการเพื่อจัดสรรงบประมาณ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ๓ ด้าน คือ ๑ การบริหารจัดการพืชรักษ์ ๒ การจัดกิจกรรม ๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พืชรักษ์

๖.๑ การบริหารจัดการพืชรักษ์ มีรายละเอียด ดังนี้

๑) การจัดจ้างอาสาประจำพืชรักษ์ท้องถิ่น จำนวน ๒ คน ชี้แจงการปฏิบัติงาน สอนงาน ให้ความรู้เรื่องราวต่างๆ ในพืชรักษ์ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจก่อนไปถ่ายทอดให้แก่ผู้มาศึกษา หรือเยี่ยมชม

๒) การจ้างเหมาคนทำความสะอาดและบำรุงต้นไม้ จำนวน ๑ คน มีหน้าที่ทำความสะอาดพิพิธภัณฑสถาน บำรุงดูแลรักษาต้นไม้ ไม้ประดับโดยรอบพิพิธภัณฑสถาน ให้สวยงามอยู่เสมอ เพื่อต้อนรับผู้มาเยี่ยมชม

๓) การจัดทำฎีกา เบิกค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง

๔) สํารวจวัตถุ สิ่งของจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถาน ให้เป็นปัจจุบัน และจัดที่วางสิ่งของที่ได้รับเพิ่มขึ้นและระบุข้อมูลของวัตถุสิ่งของให้ชัดเจน

๕) เชิญชวนผู้มีสิ่งของเก่าที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา นำมาบริจาคเป็นวิทยาทาน แก่ผู้มาเยี่ยมชม ในโอกาสต่างๆ เช่น ในการประชุมคณะกรรมการชุมชน การประชุมคณะกรรมการและที่ปรึกษาสภาวัฒนธรรมเขตมีนบุรี ฯลฯ

๖.๒ การจัดกิจกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

๑) จัดกิจกรรม Walk Rally กำหนดเส้นทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมศึกษา เรียนรู้ สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สำคัญของเขตมีนบุรี เช่น โรงสีเก่าในตลาดเก่ามีนบุรี เป็นสถานที่ใช้สีข้าวในอดีต ซึ่งมีเครื่องสีข้าวและอุปกรณ์ต่างๆ ครบถ้วน อายุประมาณ ๘๐ ปี อาคารเก่าแก่ของชุมชนมีนบุรีอุบลรัตน์ที่ผสมผสานสถาปัตยกรรมระหว่างไทย-จีน อายุประมาณ ๑๐๐ ปี โดยกำหนดพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น เขตมีนบุรี เป็นแหล่งสุดท้าย

๒) จัดกิจกรรมพลิกฟื้นคืนชีวิตพิพิธภัณฑสถาน

๓) แต่งตั้งคณะทำงานรับผิดชอบในด้านต่างๆ

๔) ประชุมมอบหมายหน้าที่ให้คณะทำงานไปดำเนินการ และจัดกิจกรรมตามที่กำหนด

๕) ดำเนินการในเรื่องงบประมาณ เช่น การขออนุมัติเงินประจำงวด การจัดซื้อ-จัดจ้าง การดำเนินการยืมเงินใช้ในราชการ

๖.๓ การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถาน โดยนำความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย และเครือข่ายชุมชน ทฤษฎีของการจูงใจ มาใช้ มีรายละเอียด ดังนี้

๑) เชิญชวนให้สถานศึกษาในพื้นที่ทั้งในสังกัดและหน่วยงานอื่น นำนักเรียน/นักศึกษา มาศึกษาเรียนรู้ ในพิพิธภัณฑสถาน โดยทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังสถานศึกษาในพื้นที่ ในสังกัด จำนวน ๑๓ แห่ง นอกสังกัดและสถานศึกษาเอกชน และ กศน. จำนวน ๑๓ แห่ง รวม ๒๖ แห่ง ชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่ เขต และการประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น การประชุมคณะกรรมการชุมชน การประชุมคณะกรรมการและที่ปรึกษาสภาวัฒนธรรมเขตมีนบุรี ฯลฯ

๒) จัดทำข้อมูลพิพิธภัณฑสถาน แบบสั้น กระชับ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น Website ของเขต Youtube

๓) จัดทำและเตรียม แผ่นพับ ให้เพียงพอ สำหรับประชาสัมพันธ์ให้สถานศึกษา และ แจกจ่ายแก่ผู้มาศึกษา เรียนรู้ มาเยี่ยมชม ให้เพียงพอ

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

ปีงบประมาณ ๒๕๕๙ (ตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๕๙)

๘. งบประมาณ

ใช้งบประมาณกรุงเทพมหานคร จำนวน ๕๕๗,๐๐๐.-บาท ประกอบด้วย

๘.๑ กิจกรรมบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ฯ	๓๕๗,๐๐๐.-บาท
๘.๒ กิจกรรม พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี	๒๐๐,๐๐๐.-บาท

๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัดระดับความสำเร็จ

๙.๑.๒ ระดับผลผลิต (Output)

- ๑) ได้แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรี
- ๒) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรีเป็นแหล่งเรียนรู้ ของชุมชน

๙.๒.๑ ระดับผลลัพธ์ (Outcome)

- ๑) ผู้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฯ เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๘
- ๒) มีผู้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เขตมีนบุรีเพิ่มขึ้นจากเดิมไม่น้อยกว่า ๒๐ %

๙.๒ วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล (สำเร็จ)

ติดตามและประเมินผล จากสถิติจำนวนผู้มาศึกษา เรียนรู้ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฯ ที่จัดทำเป็นสมุดลงนามผู้มาเยี่ยมชมตามวัน/เดือน/ปี แล้วรวบรวมเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ

๑๐. ข้อเสนอแนะ

๑๐.๑ กรุงเทพมหานคร โดยสำนักงานการศึกษา ควรมีโครงการให้โรงเรียนในสังกัดเขต นำนักเรียนมาศึกษา เรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ในพื้นที่เขตของตนเองที่มีพิพิธภัณฑ์ฯ ตั้งอยู่ เพื่อให้นักเรียนได้เรียนรู้ประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ อย่างน้อยคนละ ๑ ครั้ง

๑๐.๒ ควรจัดหาสถานที่ที่เหมาะสม มาจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ฯ แทนโรงเรียน ในเขตที่มีพิพิธภัณฑ์ฯ ตั้งอยู่แล้ว และหากจะมีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ฯ แห่งใหม่ก็ไม่ควรนำไปจัดตั้งไว้ในโรงเรียน เพื่อให้ประชาชนไปเยี่ยมชมได้สะดวก

๑๐.๓ พิพิธภัณฑ์ฯ ที่จัดตั้งขึ้นแล้วในบางเขต มีผู้มาเยี่ยมชมน้อย ควรศึกษาความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ ให้ชัดเจนแล้วนำมาจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ฯ เพื่อให้เป็นที่สนใจแก่ผู้มาเยี่ยมชมมากขึ้น

๑๐.๔ ควรให้เอกชนที่มีความพร้อมให้สถานที่จัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ฯ ที่มีประวัติเกี่ยวข้องกับเขตนั้น หรืออาคารที่เก่าแก่เหมาะแก่การอนุรักษ์ไว้ มีสถาปัตยกรรมที่สวยงาม เป็นที่น่าสนใจ กรุงเทพมหานคร ควรสนับสนุนงบประมาณ ปรับปรุงสถานที่และจ้างอาสาฯ