

Tourism Development in a Secondary Province: Understanding the Inter-relations between Social Institutions within the Tourism System of Amnat Charoen**

Siripong Palakawong-na-ayudhya*

Abstract

This qualitative research aimed to study perceptions and opinions about tourism development and on the relationships between social institutions in the tourism system in Amnat Charoen province, Northeast Thailand. The research used in-depth interviews with key informants directly related to tourism in this province, and also focus group discussions among key informants, both directly and indirectly involved in tourism. The results showed that the key informants were receptive to the government's policy of promoting tourism in secondary provinces and wanted to make their province a well-known tourist destination. However, they rather differed their views about the goal and means of tourism development. Besides, the relationships between the social institutions within the tourism system of Amnat Charoen province lacked unison. In other words, tourism development and tourism management largely remained in the hands of the governmental institutions or the public sector. Preliminary recommendations are included.

Keywords: *tourism development, tourism system, social institutions, secondary province, Amnat Charoen, Thailand*

*Assistant professor in Sociology, Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, Henri Dunant, Pathumwan, Bangkok 10330. Email: siripong.spa@gmail.com

**In this research article, the researcher used some data and findings from the research "Promoting Tourism in the Secondary and Low Income Provinces to Reduce Inequality: The Study of the Lower Northeastern Provinces (Yasothon, Si Sa Ket, Amnat Charoen)" to make an additional study and analysis from sociological perspectives. The research project (administrated by Professor Dr. Pungpond Rukumnuaykit) was approved under the MOU in 2017 among the Ministry of Tourism and Sports, Tourism Council of Thailand, and Thailand Science Research and Innovation (TSRI).

Received June 1, 2019; Revised January 29, 2019; Accepted April 7, 2020.

การพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง: การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ**

ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ ทั้งนี้งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงในจังหวัดอำนาจเจริญ และใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มกับทั้งผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยทางอ้อมในจังหวัดอำนาจเจริญ สำหรับผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละประเภทต่างรับทราบถึงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรองและมีความต้องการที่จะทำให้จังหวัดของตนเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามมุมมองเกี่ยวกับเป้าหมายและวิธีการสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงค่อนข้างมีลักษณะแตกต่างกัน นอกจากนี้ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญยังค่อนข้างขาดการสอดประสานกันอย่างเป็นเอกภาพหรือกล่าวอีกนัยได้ว่าบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มุ่งค่อนข้างจำกัดอยู่ในสถาบันด้านการปกครองหรือภาครัฐ

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยว, ระบบการท่องเที่ยว, สถาบันทางสังคม, จังหวัดเมืองรอง, อำนาจเจริญ, ประเทศไทย

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาสังคมวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนอังรีดูนังต์ แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 อีเมล siripong.spa@gmail.com

**บทความวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลและข้อค้นพบบางส่วนมาศึกษาวิเคราะห์ด้วยมุมมองทางสังคมวิทยาเพิ่มเติม ซึ่งเป็นข้อมูลและข้อค้นพบจากงานวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดรองและมีรายได้น้อยเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ: กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ)” ซึ่งเป็นชุดโครงการวิจัยที่ได้รับการอนุมัติภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ในปี พ.ศ. 2560 โดยมีศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิต วัชรอำนวยกิจ เป็นผู้รับผิดชอบแผนงานวิจัยในภาพรวม

ได้รับบทความ 1 มิถุนายน 2562; แก้ไขปรับปรุง 29 มกราคม 2563; อนุมัติให้จัดพิมพ์ 7 เมษายน 2563

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ในบริบทสังคมสมัยใหม่หรือภาวะทันสมัย เมื่อกล่าวถึง “การท่องเที่ยว” (tourism) บุคคลทั่วไปอาจนึกถึงกิจกรรมดังกล่าวในฐานะรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการหรือการใช้เวลาว่างโดยการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากความคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน (Urry 1990, 26) อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากมุมมองหรือประสบการณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าวเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากจากมุมมองหรือประสบการณ์ของผู้ที่สร้างหรือจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นทั้งกระบวนการ กิจกรรม และผลลัพธ์/ผลกระทบจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ที่เป็นเจ้าบ้าน ชุมชน รัฐบาล และสิ่งแวดล้อม (Goeldner and Ritchie 2012, 7) เพราะฉะนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้เยี่ยมชมกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันถ้าพิจารณาถึงการท่องเที่ยวในมิติทางสังคมวิทยาในระดับมหภาค การสร้างและการผลิตซ้ำแบบแผนหรือกิจกรรมบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นสถาบันทางสังคม (social institutions) อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าในทางสังคมวิทยายังไม่ได้พิจารณาถึงการท่องเที่ยวในฐานะสถาบันทางสังคมอย่างหนึ่งโดยตรง แต่ในบางครั้งการท่องเที่ยวก็ได้รับการพิจารณาว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งในสถาบันนันทนาการ (recreational institutions)

ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้สมาชิกในสังคมได้เข้าใจตรงกันว่ากิจกรรมและแบบแผนพฤติกรรมใดบ้างที่สามารถนำไปสู่การผ่อนคลายหรือการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ (Supatra Supab 2003, 97-99) เพราะฉะนั้นจากมุมมองดังกล่าวการท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้สำหรับการตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์หรือสมาชิกในสังคม

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังได้รับการพิจารณาว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้หรือการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งในส่วนภาคบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Mingsarn Kaosa-ard et al. 2013, 1-3) หรือมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) ซึ่งประกอบด้วยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม / ที่พักอาศัย ธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทาง และการขนส่งทั้งในรูปแบบการเช่าและการใช้ยานพาหนะ ธุรกิจการค้าขายของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการนำเที่ยว/เดินทาง ฯลฯ (Nissa Sinlapasade 2017, 6) ดังนั้นความสำคัญทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวจึงทำให้การท่องเที่ยวมีแนวโน้มถูกนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์อย่างหนึ่งสำหรับการพัฒนาและการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ (Sequeira and Maçães 2008; Brida, Barquet and Risso 2010)

อย่างไรก็ตามสำหรับประเทศไทย แม้การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยทำให้รายได้ของประเทศในภาพรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้น แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่ามีจำนวนผู้เยี่ยมเยือน¹ และรายได้จากการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่จังหวัด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงสถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2559 (Thailand. Ministry of Tourism and Sports 2017) เกี่ยวกับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด อำนาจเจริญ ผู้วิจัยพบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับทุกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอำนาจเจริญมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคิดเป็นร้อยละ 0.7 - 0.8 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 0.5 - 0.6 เท่านั้น ในขณะที่เดียวกันเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมทั้งประเทศ จังหวัดอำนาจเจริญมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคิดเป็นร้อยละ 0.1 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 0.01 - 0.02 เท่านั้น² จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นจึงแสดงให้เห็นว่าจังหวัดอำนาจเจริญมีสัดส่วนของผู้เยี่ยม

เยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับที่น้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมทั้งในระดับภูมิภาคและประเทศ หรือกล่าวอีกนัยได้ว่าจังหวัดอำนาจเจริญมีรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนผู้เยี่ยมเยือน³ อยู่ในอันดับท้าย ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นในประเทศไทยหรือแม้กระทั่งในระดับภูมิภาคด้วยเช่นกัน

เพราะฉะนั้นขอบเขตการวิจัยเชิงพื้นที่ในบทความวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นไปที่จังหวัดอำนาจเจริญเป็นหลัก ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง⁴ ซึ่งเป็นนโยบายที่ภาครัฐต้องการใช้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่น ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากขึ้นเพื่อนำไปสู่การบรรเทาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดเมืองรองต่อไป

¹ จากคำจำกัดความโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) คำว่า “ผู้เยี่ยมเยือนหรือผู้มาเยือน (visitor)” หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามและมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยว (tourist) หมายถึง ผู้ที่มาเยี่ยมเยือนชั่วคราวและได้มีการพักอาศัย ณ สถานที่ที่ไปเยี่ยมเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง (มีการค้างคืน) ในขณะที่นักท่องเที่ยว (excursionist) หมายถึง ผู้ที่มาเยี่ยมเยือนชั่วคราวแต่ไม่ได้มีการพักอาศัย ณ สถานที่ที่ไปเยี่ยมเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง (ไม่มีการค้างคืน) (Nissa Sinlapasade 2017, 3)

² การคำนวณร้อยละในที่นี้เป็นการคำนวณโดยผู้วิจัย

³ เมื่อพิจารณาจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดอำนาจเจริญย้อนหลังไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 - 2558 พบว่ามีจำนวนเท่ากับ 175,161 คน 226,744 คน 246,332 คน 243,313 คน 262,081 คน 269,806 คน และ 278,461 คน ตามลำดับ (Thailand. National Statistical Office 2016) และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 283,460 คน (Thailand. Ministry of Tourism and Sports 2017) จากข้อค้นพบดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น (เพราะจังหวัดอื่น ๆ ก็มีแนวโน้มค่าสถิติดังกล่าวเพิ่มขึ้นเช่นกัน)

⁴ จังหวัดเมืองรองในที่นี้หมายถึงจังหวัดที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนดให้มีสถานะเป็นจังหวัดเมืองรองด้านการท่องเที่ยวตามมติคณะรัฐมนตรีสัญจรในประเด็นเกี่ยวกับมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัดซึ่งรวมถึงจังหวัดอำนาจเจริญด้วยเช่นกัน (Thairath Online 2017) สำหรับเกณฑ์ที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาใช้กำหนดสถานะจังหวัดเมืองรองเป็นเกณฑ์เดียวกับที่ใช้ในแผนงานวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดรองและมีรายได้ไม่น้อยเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ: กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ)” ซึ่งได้มีการนิยามจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองไว้ว่าเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท และ/หรือเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1,000,000 คน (ในปี พ.ศ. 2559)

ในขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาถึงงานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเชิงสังคมวิทยา ถึงแม้ผู้วิจัยพบว่ามีการศึกษาทั้งในส่วนของพฤติกรรมและความต้องการของฝ่ายผู้เยี่ยมชม/ผู้มาท่องเที่ยว เช่น การศึกษาลักษณะการจับจ้องอย่างนักท่องเที่ยว (tourist gaze) ในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการจะไป (Perkins and Thorns 2001) การศึกษาภูมิหลังทางจิตและสังคมของนักท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ อาทิ ค่านิยม บุคลิกภาพ ประสบการณ์และความพึงพอใจส่วนบุคคลด้านการท่องเที่ยว ฯลฯ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Pizam and Calantone 1987; Pizam et al. 2004) การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน (Ekinici, Sirakaya-Turk, and Preciado 2013) ฯลฯ และการศึกษาในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในระดับชุมชนหรือท้องถิ่นเฉพาะแห่ง เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชนท้องถิ่น (Scheyvens 1999) การจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนอย่างยั่งยืน (Pimlapas Pongsakornrungsilp 2014) การจัดการวัฒนธรรมองค์กรในอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว (Choekchai Suveatwatanakul 2017) ฯลฯ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังไม่พบว่ามีงานศึกษาประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะที่เชื่อมโยงกับกลไกทางสังคมโดยผ่านการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาคส่วนหรือสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแต่ประการใด

เพราะฉะนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมีคำถามวิจัยว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญมีมุมมองเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดของตนอย่างไร และมุมมองดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากลไกทางสังคมภายในจังหวัดอำนาจเจริญมีการทำงานอย่างไรในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษาค้นคว้าได้แก่การทราบถึงมุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญเกี่ยวกับการตระหนักรู้และการตอบสนองต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทย ตลอดจนการเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของกลไกทางสังคมที่มีส่วนในการขับเคลื่อนประเด็นด้านการท่องเที่ยวผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมกับระบบการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญ

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 การพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development)

Noronha (1979, 9-12) ได้กล่าวถึงกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าสามารถได้รับการแบ่งออกเป็นจำนวน 3 ระยะ ซึ่งประกอบด้วยระยะที่ 1 คือ การค้นพบแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ (discovery) ระยะที่ 2 คือ การริเริ่มและการตอบสนองของผู้ที่อยู่ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว (local response and initiative) และระยะที่ 3 คือ การทำให้กลายเป็นสถาบัน (institutionalization)

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแรกเป็นระยะที่คนในพื้นที่ได้แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ หรือเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรุ่นบุกเบิกได้มาเยี่ยมชมจนกระทั่งคนในพื้นที่เล็งเห็นว่าสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีชื่อเสียงขึ้นมาได้ ดังนั้นปฏิกิริยาตอบสนองของคนในพื้นที่ที่มีต่อผู้เยี่ยมชมจึงมีลักษณะเป็นเพียงการรับรู้ว่ามีบุคคลภายนอกมาท่องเที่ยวภายในพื้นที่ของตนเท่านั้น

ในระยะต่อมาเมื่อแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มเป็นที่รู้จักและ/หรือได้รับความนิยมมากขึ้น จึงส่งผลให้คนในพื้นที่เริ่มมีการตอบสนองต่อความนิยมในพื้นที่ของตน เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์หรือการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการต้อนรับผู้เยี่ยมชม เช่น การจัดทำธุรกิจร้านอาหารและ/หรือที่พักอาศัย เพราะฉะนั้นลักษณะสำคัญที่เกิดขึ้นในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ 2 คือ การมีผู้ริเริ่มหรือมีแรงกระตุ้นบางอย่างที่ทำให้คนในพื้นที่เกิดการตระหนักว่าพื้นที่หรือชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวและนำไปสู่การ

ตอบสนองหรือกระทำการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตบางอย่างในสังคมตามมา

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะสุดท้ายหรือระยะที่ทำให้กลายเป็นสถาบันการท่องเที่ยวระยะดังกล่าวมีลักษณะเป็นการจัดระเบียบหรือการสร้างแบบแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวภายในพื้นที่อย่างเป็นระบบ เนื่องจากปริมาณผู้เยี่ยมชมในพื้นที่เริ่มมีแนวโน้มมากขึ้นหรือคนในพื้นที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้การจัดระเบียบดังกล่าวสะท้อนถึงการกระบวนการกำหนดมาตรฐาน (standardization) ให้แก่การกระทำหรือการตอบสนองต่างๆ ของคนในพื้นที่ต่อผู้เยี่ยมชม เช่น การปรับปรุงคุณภาพที่พักอาศัย/ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล การจัดเส้นทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับผู้เยี่ยมชมของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ เพราะฉะนั้นนอกเหนือจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาท่องเที่ยวแล้ว ลักษณะเด่นอีกประการของระยะการทำให้กลายเป็นสถาบันการท่องเที่ยวก็คือคนในพื้นที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน/องค์กรอื่น ๆ ภายนอกพื้นที่ด้วยเช่นกัน เช่น หน่วยงาน/องค์กรที่มีอำนาจสูงสุดด้านการท่องเที่ยว บริษัททัวร์ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาในบริบทประเทศไทย ภาครัฐเป็นฝ่ายที่มีบทบาทหลักในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบในประเด็นดังกล่าวโดยตรงก็คือ “กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา” ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการจัดแบ่งหน่วยงานในระดับภูมิภาคที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของ

แต่ละจังหวัดในรูปแบบ “สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด” ซึ่งอยู่ภายใต้กลุ่มประสานราชการภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาซึ่งเป็นส่วนราชการที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการปฏิบัติภารกิจทั้งในแง่การกำกับ การเร่งรัด การติดตาม และประสานการบริหารราชการของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด อำเภอ และองค์กรเครือข่าย ตลอดจนการส่งเสริมและประสานความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัด (Thailand. Ministry of Tourism and Sports, n.d.)⁵

เพราะฉะนั้นเมื่อกล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวจากทั้ง 3 ระยะในช่วงต้น จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งประกอบด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของบุคคล/หน่วยงานหลายฝ่ายในการจัดระเบียบหรือการสร้างระบบการท่องเที่ยวในพื้นที่หนึ่ง ๆ ขึ้นมา อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้กระตุ้นรายได้หรือเศรษฐกิจให้แก่สังคม เพราะฉะนั้นจุดมุ่งหมายปลายทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เพียงการพิจารณาว่าในพื้นที่หนึ่ง ๆ มีการจัดระเบียบหรือสร้างแบบแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบหรือไม่ แต่ยังพิจารณาด้วยว่าเป็นการจัดระเบียบเพื่อที่จะนำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวได้อย่างไร ดังนั้นเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น การพิจารณาถึงแนวคิดระบบการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญด้วยเช่นกัน

3.2 ระบบการท่องเที่ยว (tourism system)

ในมุมมองของสาขาวิชาการท่องเที่ยว ระบบการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีระเบียบและเป็นขั้นตอน (Nissa Sinlapasade 2017, 82) อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้พิจารณาการท่องเที่ยวในฐานะสถาบันทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งมีหน้าที่จัดสรรทรัพยากรและดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อการผ่อนคลายหรือการพักผ่อนหย่อนใจให้แก่สมาชิกในสังคม ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นระบบทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งต้องอาศัยการประสานกันของภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม เพื่อพัฒนาและ/หรือทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว” (tourism product) ขึ้นมา เพื่อเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

ด้วยเหตุนี้การพิจารณาถึงการท่องเที่ยวในแง่มุมดังกล่าวจึงมีมิติด้านเศรษฐกิจเป็นแกนหลักซึ่งเป็นมิติที่ครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการผลิต การแจกจ่าย และการบริโภคของสมาชิกในสังคม ซึ่งความสัมพันธ์ในที่นี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของพฤติกรรม การแลกเปลี่ยนระหว่างฝ่ายผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวกับฝ่ายผู้ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นมา เพราะฉะนั้นการพิจารณาถึงระบบการท่องเที่ยวในที่นี้จึงเป็นการพิจารณาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่ง Murphy (2013, 10-16) ได้กล่าวถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่าประกอบด้วยปัจจัย

⁵ สำหรับรายละเอียดในภาพรวมเกี่ยวกับบทบาทและโครงสร้างหน่วยงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อ่านสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมในเว็บไซต์ <https://www.mots.go.th/>

พื้นฐานสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปสงค์ และอุปทาน ทั้งนี้ Murphy ยังได้กล่าวถึง “ตลาด” ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นพื้นที่ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ กล่าวคือ “ผู้ซื้อ” ในที่นี้หมายถึงผู้เยี่ยมเยือนซึ่งมีความต้องการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่ “ผู้ขาย” หมายถึงบุคคลหรือผู้ประกอบการต่างๆ ที่มีความต้องการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (tourism products) ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการให้แก่ฝ่ายผู้เยี่ยมเยือน อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าในการศึกษาค้นคว้าได้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมในฝั่งของผู้ผลิตหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรและดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งก็คือการศึกษาในมิติด้านอุปทาน การท่องเที่ยวเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว Nissa Sinlapasade (2017, 84-85) ได้จำแนกผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตภาคเอกชน และกลุ่มผู้ผลิตภาครัฐบาล สำหรับกลุ่มผู้ผลิตภาคเอกชนประกอบด้วยผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านที่พัก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม การนำเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก และร้านค้าบริการอื่นๆ ที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมเยือนในขณะเดียวกันกลุ่มผู้ผลิตภาครัฐสามารถเป็นได้ทั้งหน่วยงานที่คอยรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรงและหน่วยงานสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ) เช่น การรับผิดชอบ/ดูแลทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนเกี่ยวกับธุรกิจด้าน

การท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

เพราะฉะนั้นจากการกล่าวถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงต้นจึงแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีส่วนประกอบสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นมีหลายประการ อาทิ ความต้องการของผู้ซื้อ/ผู้เยี่ยมเยือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น ทรัพยากรบุคคลที่สามารถเป็นได้ทั้งผู้ให้การต้อนรับและผู้บริหารจัดการ/ดำเนินการให้เกิดสินค้าและบริการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ ระบบการขนส่งในภาพรวมที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะฉะนั้นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแสดงต่างๆ ในภาคการผลิตของระบบการท่องเที่ยวจึงเปรียบได้กับการทำความเข้าใจระบบสังคม (social system) ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อยที่มีความเกี่ยวข้องและจำเป็นต้องทำงานอย่างสอดคล้องประสานกัน

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development) ระบบการท่องเที่ยว (tourism system) กับสถาบันทางสังคม (social institutions) ภายใต้กรอบทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ (structural-functional theory)

ในทางสังคมวิทยามีกรอบทฤษฎีอย่างหนึ่งที่มีชื่อว่า “ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่” ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมในระดับมหภาค โดยเชื่อว่าสังคมดำรงอยู่ได้ด้วยโครงสร้างทางสังคมซึ่งประกอบด้วยการทำหน้าที่ของสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ในลักษณะการประสานสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเพื่อทำให้สังคมเกิดภาวะดุลยภาพหรือดำรงอยู่ต่อไปได้ เพราะฉะนั้นสาระสำคัญของทฤษฎีดังกล่าวจึงเป็นการ

พิจารณาว่าสังคมมีลักษณะเป็นระบบ ทั้งนี้ Talcott Parsons ซึ่งเป็นนักสังคมวิทยาชาวอเมริกันและเป็นหนึ่งในผู้พัฒนาทฤษฎีดังกล่าวขึ้นมาได้กล่าวถึงระบบของสังคมไว้ว่าระบบสังคมเกิดขึ้นจากการกระทำทางสังคมของสมาชิกในสังคม ซึ่งการกระทำต่างๆ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำ (actor) เป้าหมาย (goal) และวิธีการที่เลือกใช้สำหรับการบรรลุเป้าหมาย (means) ในขณะเดียวกันความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบดังกล่าวก็อยู่ภายใต้เงื่อนไขเชิงสถานการณ์ (situational condition) และบรรทัดฐานทางสังคม (social norm) ด้วยเหตุนี้การกระทำทางสังคมในมุมมองของ Parsons จึงเป็นการแสดงบทบาทตามสถานการณ์ที่มีอยู่ อีกทั้งสถานการณ์และบทบาทก็มีการประสานสัมพันธ์กันในรูปแบบของระบบต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า “ระบบการกระทำระหว่างกัน” (system of interaction) (Sanya Sanyawiwat 1997, 34)

จากมุมมองดังกล่าวของ Parsons เมื่อผู้วิจัยนำมุมมองดังกล่าวมาพิจารณาร่วมกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและระบบการท่องเที่ยว (โดยมุ่งเน้นเฉพาะฝ่ายผู้ผลิต) ตลอดจนการเชื่อมโยงปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเข้ากับแนวคิดสถาบันทางสังคมในฐานะที่เป็นรูปแบบหนึ่งของสถาบันนั้นหนาแน่น รวมถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจและสังคมตามที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น เพราะฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่าการที่สังคมใดสังคมหนึ่งจะสามารถสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าและบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่สังคมหนึ่ง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงจำเป็นต้องอาศัยการจัดระเบียบ ซึ่งการจัดระเบียบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในที่นี้หมายถึงการทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นสถาบันหรือการเกิดขึ้นของสถาบันการท่องเที่ยวขึ้นมา

อย่างไรก็ตามเนื่องจากการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นมาไม่ใช่เป็นการพิจารณาถึงเฉพาะความต้องการของผู้เยี่ยมเยือน แต่เป็นการคำนึงถึงศักยภาพและการบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ ภายในพื้นที่ปลายทางเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอันหลากหลายของผู้เยี่ยมเยือนหรือผู้ที่จะมาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เช่น ความดึงดูดของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ โรงแรมที่พัก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ทรัพยากรบุคคลจำพวกผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ฯลฯ ตลอดจนการให้บริการพื้นฐาน อาทิ ร้านสะดวกซื้อ สถานพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ รวมถึงการให้การต้อนรับ ตลอดจนการบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ให้มีมาตรฐานอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่การรองรับผู้ที่มาท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน (Richter and Richter 1999; Murphy 2013, 7-16, 153-154)

ดังนั้นการทำให้ “การท่องเที่ยว” กลายเป็นสถาบันจึงไม่ใช่สิ่งที่ผูกโยงอยู่กับความเป็นสถาบันนั้นหนาแน่นเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับสถาบันทางสังคมอื่น ๆ เช่น สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันศาสนา สถาบันการปกครอง สถาบันการแพทย์และสาธารณสุข สถาบันการศึกษา ฯลฯ อย่างไรก็ตามเนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดอำนาจเจริญเป็นหลัก ดังนั้นสถาบันทางสังคมที่ผู้วิจัยใช้เป็นแกนหลักสำหรับการศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นสถาบันการปกครอง เนื่องจากเป็นสถาบันหลักที่เกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจอย่างเป็นทางการเพื่อรักษาความเป็นระเบียบในสังคม ตลอดจนเป็นสถาบันที่ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการเพื่ออำนวยความสะดวก

ผลประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในสังคม (Sontaya Polsri 2002, 160-163) ด้วยเหตุนี้เมื่อพิจารณาถึงการบริหารจัดการของสถาบันการปกครองในระดับจังหวัดซึ่งในการศึกษารั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปที่จังหวัดอำนาจเจริญ การพิจารณาถึงบทบาทของฝ่ายการเมืองหรือกลุ่มผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดอำนาจเจริญจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ สำหรับผู้กระทำกรของฝ่ายการเมืองหรือภาครัฐในจังหวัดอำนาจเจริญที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยตรงก็คือ “ผู้ว่าราชการจังหวัด” และ “ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ”

3.4 ข้อถกเถียงว่าด้วยการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

แม้ว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มได้รับการกำหนดให้อยู่ภายใต้การรับผิดชอบโดยสถาบันด้านการปกครองโดยตรง อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่าข้อถกเถียงว่าด้วยการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นการถกเถียงเกี่ยวกับการมีอยู่/จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่คอยรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ทั้งนี้ฝ่ายสนับสนุนได้ให้เหตุผลว่าการรวมศูนย์อำนาจในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสามารถทำให้กำหนดฝ่ายผู้รับผิดชอบและการมีสายลำดับชั้นการบังคับบัญชาได้อย่างชัดเจน และทำให้เกิดการตรวจสอบและประเมินผลการทำงานในด้านการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามฝ่ายที่ไม่สนับสนุนได้ให้เหตุผลว่าการจัดตั้งกระทรวงด้านการท่องเที่ยวอาจไม่สอดคล้องกับหลักประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการบริหารราชการแผ่นดิน และการท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่เติบโตขึ้นมาจากศักยภาพของภาคเอกชน ดังนั้น

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงควรมีลักษณะเป็นการกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นหรือภาคเอกชนมากกว่าการรวมศูนย์อำนาจ ไว้ที่ส่วนกลางหรือภาครัฐ (Sasin Ditsawanon 2013, 112-113)

จากข้อถกเถียงดังกล่าวในข้างต้นจึงแสดงให้เห็นว่าแม้ภาครัฐกำหนดให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของภาครัฐ แต่เนื่องจากลักษณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับภาคเอกชนและภาคประชาชนด้วยเช่นกัน ดังนั้นภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ในฐานะห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงเช่นเดียวกับฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ประชาชน ภาคเอกชน และภาครัฐที่ปฏิบัติหน้าที่ในกลุ่มงานอื่น ๆ ซึ่งถึงแม้ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เช่นกันในฐานะสมาชิกส่วนหนึ่งของประชาคมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในแง่การเป็นผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมชม ตลอดจนชาวบ้านหรือบุคคลทั่วไปในฐานะผู้ให้การต้อนรับและผู้ที่ได้รับผลกระทบต่าง ๆ จากบุคคลภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยว

ดังนั้นการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะคล้ายคลึงกับกระบวนการทำให้กลายเป็นสถาบันซึ่งถือได้ว่าเป็นระยะสุดท้ายของการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงผู้กระทำกรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและระบบการท่องเที่ยวในภาพรวม นอกเหนือจากฝ่ายภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง การคำนึงถึงบทบาทของภาคส่วน/สถาบันทางสังคมต่าง ๆ ที่ไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

โดยตรงจึงมีความสำคัญด้วยเช่นกัน เนื่องจากภาคส่วน/สถาบันทางสังคมเหล่านั้นสามารถเป็นได้ทั้งฝ่ายสนับสนุนและ/หรือได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เพราะฉะนั้นเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของสมาชิกจากภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น นอกเหนือจากการทำความเข้าใจการพัฒนาการท่องเที่ยว (ในฐานะกระบวนการทางสังคมอย่างหนึ่ง) โดยทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้น การทำความเข้าใจประเด็นดังกล่าวโดยแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในมิติด้านการให้ความหมายและการรับรู้จึงมีความสำคัญด้วยเช่นกัน ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิด “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว” (tourism image) มาใช้ประกอบการศึกษาวิเคราะห์มุมมองของคนในพื้นที่จังหวัดอำนาจเจริญที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (tourism image) กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (tourism product) ในฐานะเป้าหมายอย่างหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่สามารถได้รับการพิจารณาจากทั้งมุมมองของฝ่ายผู้เยี่ยมชมเยือนและฝ่ายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว กล่าวคือในมุมมองของฝ่ายผู้เยี่ยมชมเยือน ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนความคาดหวังหรือภาพในจินตนาการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเยี่ยมชมเยือน ซึ่งความคาดหวังหรือจินตนาการดังกล่าวสามารถเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ตรง การรับรู้ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากคำบอกเล่าของผู้อื่นและ/

หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ในขณะเดียวกันในมุมมองของฝ่ายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนคุณสมบัติอย่างหนึ่งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งได้รับการประกอบสร้างขึ้นมาเพื่อทำให้ผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวสามารถรับรู้และจินตนาการหรือคาดการณ์ล่วงหน้าว่าพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะทำให้พวกเขาได้ประสบการณ์อะไรบ้างจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าว (Murphy 2013, 11-14) เพราะฉะนั้นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน และนิยมถูกนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเฉพาะภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในมุมมองของฝ่ายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว Murphy (2013, 14, 156) ได้กล่าวเสริมว่าถ้าผู้กระทำหรือภาคส่วนต่าง ๆ ในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานร่วมกันมากขึ้น ก็จะทำให้ภาพลักษณ์หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะฉะนั้นในระหว่างการประสานงานหรือการร่วมมือของผู้กระทำหรือภาคส่วนต่าง ๆ นอกจากการตระหนักในคุณค่าและการเข้าใจถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ของตน ตลอดจนการลงทุนในส่วนเสริมต่าง ๆ การสร้างแนวทางที่เป็นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงเป็นอีกเงื่อนไขหนึ่งที่จะช่วยทำให้พื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับความสนใจจากผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น และสามารถถูกนำไปใช้ในการแข่งขันกับภาพลักษณ์/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของพื้นที่อื่น ๆ ในตลาดการท่องเที่ยวได้ต่อไป

ด้วยเหตุนี้เมื่อพิจารณาถึงประเด็นดังกล่าว โดยเชื่อมโยงกับ “ระบบการกระทำระหว่างกัน” (system of interaction) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมของ Parsons ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ การสร้างหรือการกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญจึงสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำการ (ซึ่งในที่นี้หมายถึงภาคส่วนต่าง ๆ ภายในประชาคมจังหวัดอำนาจเจริญ) เป้าหมาย (ซึ่งในที่นี้หมายถึงภาพลักษณ์/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในฐานะจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง) และวิธีการที่เลือกใช้สำหรับการบรรลุเป้าหมาย (ซึ่งในที่นี้หมายถึงการกระทำหรือการดำเนินการต่าง ๆ ของผู้กระทำการ) โดยพิจารณาจากการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการประสานงานหรือการร่วมมือกันระหว่างผู้กระทำการซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการทางสังคม ตลอดจนการทำความเข้าใจเงื่อนไขเชิงสถานการณ์และบรรทัดฐานทางสังคมในจังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อนำไปสู่การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าวต่อไป

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งมีกลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญ อย่างไรก็ตามเนื่องจากในการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นระบบการจัดการทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ หรือบุคคลหลายฝ่าย

ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่เพื่อทำให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นมา เพราะฉะนั้นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์จึงเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ซึ่งเกิดจากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอำนาจเจริญโดยจำแนกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็นจำนวน 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง

สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประเภทแรก ผู้วิจัยได้กำหนดให้เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่มุมมองด้านการบริหารและนโยบายด้านการท่องเที่ยว รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน/สิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ในขณะที่การเก็บรวบรวมข้อมูลจากฝ่ายภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่มุมมองเกี่ยวกับสถานการณ์และความเป็นไปได้ในเชิงเศรษฐกิจหรือภาคธุรกิจต่าง ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร การขนส่ง ฯลฯ ในฐานะที่เป็นส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวไว้ในบททบทวนวรรณกรรม ดังนั้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงจึงประกอบด้วยกลุ่มคนจำนวน 2 กลุ่มย่อยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มภาครัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับ

การท่องเที่ยว มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 2 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดอำนาจเจริญ⁶ และท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) เนื่องจากมีคำถามที่ต้องการเจาะประเด็นเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ตลอดจนนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด

1.2 กลุ่มภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับมิติ

ด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 3 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหอการค้าจังหวัด ผู้แทนจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur Chamber of Commerce: YEC) ประจำจังหวัด และผู้แทนจากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussions) เนื่องจากต้องการรับทราบลักษณะความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในภาพรวมเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมุมมองของภาคเอกชนเป็นหลัก

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อม

สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประเภทที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดให้เป็นผู้แทนจากหน่วยงานหรือ

ภาคส่วนต่าง ๆ ในฐานะสถาบันทางสังคมที่ผู้วิจัยได้พิจารณาจากการทบทวนวรรณกรรมและเล็งเห็นว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้แทนปราชญ์ชาวบ้านหรือบุคคลที่ได้รับการยกย่องในฐานะผู้มีความรู้หรือสะสมองค์ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น (ภาคประชาชน/ชุมชน) 2) ผู้แทนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (สถาบันศาสนา/ความเชื่อ/ศิลปวัฒนธรรม) 3) ผู้แทนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สถาบันการแพทย์และสาธารณสุข) 4) ผู้แทนจากสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด (สถาบันการศึกษา) 5) ผู้แทนจากตำรวจภูธรจังหวัด (สถาบันการปกครองในมิติด้านการรักษาความปลอดภัย) สำหรับเหตุผลที่ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในลักษณะดังกล่าว เนื่องจากในการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่า นอกจากการมีสถานที่ท่องเที่ยว ภาคส่วนหรือสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ในสังคมต่างก็มีบทบาททางอ้อมในการประกอบสร้างให้พื้นที่ดังกล่าวมีสิ่งอำนวยความสะดวกและ/หรือการสร้างควมน่าดึงดูดใจให้แก่การท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน อาทิ ความสงบเรียบร้อยหรือปลอดภัยจากอาชญากรรม/สาธารณภัยต่าง ๆ ความพร้อมสำหรับการให้บริการด้านสุขภาพในกรณีที่ผู้เยี่ยมเยือนเกิดการเจ็บป่วยหรือได้รับอุบัติเหตุ การบริหารจัดการด้านศิลปวัฒนธรรมภายในพื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือในฐานะเจ้าบ้าน (host) เพราะฉะนั้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประเภทดังกล่าวจึงถูกเรียกได้อีกอย่างว่าเป็นกลุ่มผู้แทนภาคประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง

⁶ อย่างไรก็ตามเมื่อผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จริง ทางผู้ว่าราชการจังหวัดได้มอบหมายให้รองผู้ว่าราชการจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวโดยตรงมาเป็นผู้ให้สัมภาษณ์แทน

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (focus group discussions) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นเชิงอธิบายโดยทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้นผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มในสวนที่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมจึงมีจำนวนทั้งหมด 5 ราย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก และแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม ซึ่งสาระสำคัญของแนวคำถามประกอบด้วยข้อมูลจำนวน 3 ส่วน ได้แก่ 1) การรับรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ 2) การประเมินความพร้อมของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ 3) มุมมองและความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ทั้งนี้ลักษณะคำถามย่อยอาจมีความแตกต่างกันตามสถานภาพและบทบาทของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การสอบถามมุมมองเชิงนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาจังหวัดของกลุ่มภาครัฐ มุมมองของภาคเอกชนที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของฝ่ายภาครัฐ การประเมินสถานการณ์/ความพร้อมและความเกี่ยวข้องของภาคส่วนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เป็นต้น

สำหรับแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) จากคำให้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากนั้นจึงเป็นการนำเสนอข้อค้นพบที่ได้ผ่านการสรุปและการสังเคราะห์ในภาพรวมระดับจังหวัด

พร้อมกับการอภิปรายผลการศึกษาและการให้ข้อเสนอแนะโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

5. ผลการศึกษาและการอภิปรายผลการศึกษา

5.1 การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญ

1. มุมมองและการให้ความหมาย/คุณค่าเกี่ยวกับภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยว

จากการสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเข้าใจและการตระหนักรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกประเภทต่างรับทราบและเล็งเห็นถึงประโยชน์ของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง รวมถึงการยอมรับว่าภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญยังไม่มี ความชัดเจนเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกฝ่ายได้กล่าวถึงความเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญโดยการยกตัวอย่างกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดภายในจังหวัด

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้วิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันระหว่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละกลุ่มก็คือ มุมมองเกี่ยวกับ “ภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยว” กล่าวคือกลุ่มภาครัฐมีแนวโน้มในการพิจารณาภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญในลักษณะที่เป็นการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการกีฬา ในขณะที่กลุ่มภาคเอกชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมมีแนวโน้มที่จะกล่าวถึงภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญโดยเชื่อมโยงกับ

สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดสังเกต (landmark) ภายในจังหวัดหรือในระดับท้องถิ่นเป็นหลัก ทั้งนี้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งฝ่ายภาคเอกชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมได้ยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่มีความหลากหลายมากกว่าและแตกต่างจากฝ่ายผู้บริหารภาครัฐด้านการท่องเที่ยว โดยพบว่าฝ่ายภาคเอกชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมนอกจากได้ยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น พุทธอุทยาน วัดถ้ำแสงเพชร ฯลฯ ยังได้ยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนอย่างโฮมสเตย์บ้านนาหมอม้า โฮมสเตย์บ้านปลาข้าว และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างศูนย์แพทย์แผนไทยพนา ในขณะที่ฝ่ายผู้บริหารภาครัฐได้มุ่งเน้นไปที่การยกตัวอย่างประเพณีการแห่ยักษ์คู่กิจกรรมการแข่งขันปั่นจักรยาน และการเชื่อมโยงกิจกรรมการขี่จักรยานเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเป็นหลัก ทั้งนี้สาเหตุอาจเป็นเพราะฝ่ายผู้บริหารภาครัฐไม่ได้เป็นผู้ที่อาศัยและปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องในพื้นที่จังหวัดดังกล่าว เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่ต้องมีการโยกย้าย/หมุนเวียนไปประจำการในจังหวัดต่าง ๆ เป็นประจำ จึงส่งผลให้มุมมองเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของฝ่ายผู้บริหารภาครัฐจึงค่อนข้างผูกโยงอยู่กับนโยบาย/โครงการ/กิจกรรมที่ตนเองได้บริหารและดำเนินการเป็นหลัก ในขณะที่ฝ่ายภาคเอกชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอำนาจเจริญหรือได้อาศัยอยู่เป็นระยะเวลานานจึงทำให้มีโอกาสรับรู้ถึงสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์การพบเจอบุคคลภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในจังหวัดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญยังคงค่อนข้างมีมุมมองที่ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเกี่ยวกับเป้าหมายเชิงภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยคือต่างฝ่ายต่างยังไม่มีจุดร่วมเดียวกันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดว่าต้องการนำเสนอหรือขายอะไรให้แก่บุคคลภายนอกหรือผู้เยี่ยมเยือน ทั้งนี้ข้อค้นพบดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นว่าลักษณะการทำงานด้านการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ค่อนข้างไม่มีความเชื่อมโยงต่อกัน อย่างไรก็ตามประเด็นดังกล่าวจะได้รับการกล่าวถึงต่อไปในการอภิปรายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ

2. การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการพัฒนา การท่องเที่ยวตามที่ Noronha (1979, 9-12) ได้กล่าวไว้ในที่นี้จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญอยู่ในระยะที่ 3 ซึ่งเป็นระยะการทำให้กลายเป็นสถาบัน (institutionalization) กล่าวคือจังหวัดอำนาจเจริญได้มีการจัดระเบียบหรือสร้างแบบแผนและมาตรฐานการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวภายในพื้นที่อย่างเป็นระบบซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบโดยตรงของสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทุกภาคส่วนต่างเห็นพ้องตรงกันว่าประชาชนในพื้นที่ได้ตระหนักรู้ถึงปริมาณของผู้เยี่ยมเยือนในพื้นที่ว่าเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและคนในพื้นที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลตามที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้าโดยพบว่าสถิติจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดอำนาจเจริญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 - 2559

มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของคนในพื้นที่ในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้ว่ามีผู้คนต่างถิ่นได้นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดบ้างภายในจังหวัดของตน

อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า จุดยืนในการศึกษาประเด็น “การพัฒนาการท่องเที่ยว” ในครั้งนี้คือการพิจารณาว่าการท่องเที่ยวในฐานะปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของมุมมองและความคิดเห็นของฝ่ายผู้สร้างหรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญเป็นหลัก ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงกรอบแนวคิดว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยว ระบบการท่องเที่ยว และสถาบันทางสังคมภายใต้กรอบทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ ผู้วิจัยจึงสามารถอธิบายผลการศึกษาได้ว่าหน่วยงานภาครัฐอย่างสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญเป็นเพียงผู้กระทำการรายหนึ่งในภาพรวมของความเป็นสถาบันการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ

ทั้งนี้จากการที่หน่วยงานดังกล่าวอยู่ภายใต้การบริหารงานโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นสถาบันด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการภายใต้การควบคุมโดยสถาบันการปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบที่ได้จากการสัมภาษณ์รองผู้ว่าราชการจังหวัดและท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โดยผู้แทนจากฝ่ายภาครัฐทั้ง 2 รายต่างตระหนักถึงสถานภาพและบทบาทโดยตรงของตนในการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การรับทราบถึงยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรอง การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว การแสวงหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ในขณะเดียวกัน เมื่อได้มีการสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 รายต่างยกตัวอย่างสถานที่และกิจกรรมต่าง ๆ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์การทำงาน/การดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก

อย่างไรก็ตามจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้กระทำการในภาคส่วนอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มภาคเอกชน และกลุ่มผู้แทนภาคประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง แม้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 ฝ่ายต่างได้รับทราบและเห็นชอบเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง แต่เมื่อพิจารณาในแง่การมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าฝ่ายภาคเอกชนยังมองว่าฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวยังไม่เปิดโอกาสให้ภาคส่วนอื่น ๆ มีบทบาทด้านการพัฒนาและการบริหารจัดการท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะว่าภาครัฐควรมีช่องทางหรือเวทีให้ผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ มาพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ และควรยึดหลักการ “ภาคธุรกิจต้องเป็นตัวนำ ภาครัฐเป็นตัวหนุน” เช่น การให้ภาคธุรกิจของคนในพื้นที่ทำหน้าที่ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวหรือบุกเบิกเส้นทางท่องเที่ยว เพราะมีคนในพื้นที่เข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดีอยู่แล้ว และภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกหรือเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น ฯลฯ

ในขณะเดียวกันสำหรับกลุ่มผู้แทนภาคประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงได้ให้ความเห็นค่อนข้างตรงกันว่าฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวประจำจังหวัดเป็นผู้ที่

มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มดังกล่าวจึงมีจุดยืนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในฐานะฝ่ายสนับสนุนมากกว่าที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรงและให้เหตุผลว่าหน่วยงานของตนเองยังไม่มีความรู้และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทั้งนี้ผู้แทนจากภาคประชาชนซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านได้กล่าวเสริมเกี่ยวกับปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ว่าชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจึงมีความรู้และความชำนาญด้านการเกษตรเป็นหลัก แต่ยังไม่เข้าใจว่าการท่องเที่ยวมีคุณค่าหรือมีความสำคัญกับพวกเขาอย่างไรและควรดำเนินการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พื้นที่ทางการเกษตรของตนเองผ่านการทำธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างไร ซึ่งประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับมุมมองของภาคเอกชนในแง่ที่ว่าคนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นจากข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่ามุมมองเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างฝ่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนภาคประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ยังคงค่อนข้างมีความแตกต่างกันพอสมควร

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ

เมื่อพิจารณาถึงระบบการท่องเที่ยวในภาพรวมจากข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกฝ่าย จึงกล่าวได้ว่าสถาบันการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญค่อนข้างมีการรวมศูนย์อยู่ที่ฝ่ายผู้บริหารภาครัฐหรือฝ่ายการเมืองเป็นหลัก แม้ในทางปฏิบัติประชาชนทุกฝ่ายต่างรับทราบ

ถึงนโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองและสามารถยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดได้ก็ตาม แต่ในแง่การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในลักษณะการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดกลับพบว่าฝ่ายที่มีบทบาทหลักคือฝ่ายภาครัฐ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและผู้บริหารจังหวัด) อีกทั้งยังไม่พบว่ามีภาคเอกชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมแต่ประการใด

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญในมุมมองทางสังคมวิทยาด้วยกรอบแนวคิดระบบการกระทำระหว่างกัน (system of interaction) ของ Parsons ภายใต้ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ควบคู่กับการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคม จึงสะท้อนให้เห็นว่าแม้ผู้กระทำการ (actor) แต่ละฝ่ายหรือผู้แทนจากสถาบันทางสังคมต่างๆ ในจังหวัดอำนาจเจริญมีเป้าหมาย (goal) ของการพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเหมือนกันแต่ผู้วิจัยพบว่าลักษณะของเป้าหมายซึ่งในที่นี้คือภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (tourism image) ยังเป็นสิ่งที่ไม่มีความสอดคล้องกันแต่ประการใด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงบทบาทหรือวิธีการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย (means) ของแต่ละฝ่าย จากผลการศึกษาพบว่าฝ่ายภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรงหรือในฐานะผู้นำทางการเมืองของระบบการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญได้ให้คำอธิบายถึงวิธีการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมได้อย่างชัดเจนโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของหน้าที่ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพการดำเนินงานของตน ในขณะที่ฝ่ายภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้แทนหลักในภาคส่วน

ที่เป็นสถาบันเศรษฐกิจในจังหวัดได้มุ่งกล่าวถึงสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการดำเนินงานและการลงทุนในกลุ่มภาคธุรกิจจำพวกร้านอาหาร/ภัตตาคารและที่พักแรม ในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากกว่าฝ่ายภาครัฐ ตลอดจนการกล่าวถึงประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายมากกว่าภาครัฐ

ในขณะที่เดียวกันถึงแม้ผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ ในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมไม่สามารถให้ข้อมูลในภาพรวมหรือมีลักษณะเชิงลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้เหมือนกับฝ่ายผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชน และถึงแม้ผู้แทนบางส่วนในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมได้แสดงความสงสัยในช่วงแรกของการเก็บรวบรวมข้อมูลว่าหน่วยงานหรือภาคส่วนของตนมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้อย่างไร แต่กระนั้นในแต่ละภาคส่วนได้พยายามอธิบายหรือแสดงความคิดเห็นว่าบทบาทในภาคส่วนของตนเองสามารถเชื่อมโยงหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างไร ทั้งนี้ผู้วิจัยยังพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังกล่าวให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายมากกว่าฝ่ายผู้บริหารภาครัฐ ในขณะที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของภาคส่วนตนเองในมิติด้านการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไป ในแต่ละภาคส่วน ทั้งในแง่ของความร่วมมือกับฝ่ายผู้บริหารจังหวัดและสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เช่น การเข้ามามีบทบาทในการรักษาความปลอดภัยของตำรวจภูธรจังหวัดเมื่อสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา การสนับสนุนการจัดกิจกรรม/เทศกาล/ประเพณีของจังหวัดร่วมกับสำนักงาน

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ฯลฯ ตลอดจนการประเมินถึงความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ในการรองรับผู้เยี่ยมชม อาทิ การให้บริการด้านสุขภาพโดยหน่วยงานด้านสาธารณสุขภายในจังหวัด การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือความรู้ / ภูมิปัญญาประจำท้องถิ่นโดยกลุ่มชาวบ้านภายในพื้นที่ ฯลฯ

เพราะฉะนั้นจากข้อค้นพบตามที่ได้ผู้วิจัยได้อภิปรายไว้ในข้างต้นจึงกล่าวได้ว่าระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญมีลักษณะการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์โดยฝ่ายผู้บริหารภาครัฐด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด หรือกล่าวอีกนัยได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นการทำให้กลายเป็นสถาบันยังค่อนข้างถูกจำกัดอยู่ในสถาบันด้านการปกครองเป็นหลัก ในขณะที่องค์รวมของความเป็นสถาบันทางสังคมยังไม่พบว่ามี ความชัดเจนมากเท่าที่ควร เนื่องจากความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ กับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมีลักษณะเป็นความร่วมมือแบบชั่วคราวหรือมุ่งเน้นเพียงการทำตามหน้าที่ในกิจกรรม / ภารกิจต่าง ๆ ในแต่ละครั้งเมื่อผู้บริหารจังหวัดและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอความร่วมมือ ซึ่งไม่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจและความสำนึกร่วมกันในการปฏิบัติงานอย่างบูรณาการ และอย่างต่อเนื่องเพื่อการบรรลุเป้าหมายเกี่ยวกับการพัฒนาจังหวัดอำนาจเจริญให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจแต่อย่างใด

ดังนั้นจากสถานการณ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมต่าง ๆ จึงสะท้อนให้เห็นว่าระบบการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอำนาจเจริญยังตั้งอยู่

บนพื้นฐานของความคิดในการทำงานแบบแยกส่วนหรือการทำตามหน้าที่ ถึงแม้ว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้พบว่าทุกฝ่ายต่างมีความต้องการที่จะพัฒนาให้จังหวัดอำนาจเจริญเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งก็ตาม แต่กระนั้นก็ยังพบว่าในส่วนของวิธีการที่นำไปสู่เป้าหมายดังกล่าว ในแต่ละภาคส่วนก็ยังยึดมั่นอยู่กับบทบาทตามสถานภาพของตนเองเป็นหลัก อีกทั้งผู้วิจัยยังไม่พบว่ามีชุดวิธีการที่เป็นมาตรฐานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ สำหรับความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดแต่อย่างใด ทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะเงื่อนไขเชิงสถานการณ์ (situational condition) และบรรทัดฐาน (norm) กล่าวคือการพัฒนาและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทยยังอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตลอดจนความร่วมมือกับทางผู้บริหารภายในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ซึ่งยังสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอำนาจรวมศูนย์และความชอบธรรมในการบริหารงานท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัยเชิงโครงสร้าง (กฎหมายและการปกครอง) ในขณะเดียวกัน ถึงแม้พบว่าในความเป็นจริง ฝ่ายผู้บริหารภาครัฐและฝ่ายภาคเอกชนได้มีการพบปะกันอยู่เป็นประจำในการประชุมคณะกรรมการจังหวัด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าในการประชุมทุกครั้งจะมีการกล่าวถึงประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลักเสมอไป เพราะในการประชุมดังกล่าวก็ต้องคำนึงถึงประเด็นอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามเงื่อนไขเชิงสถานการณ์และบรรทัดฐานที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไว้ในข้างต้นถือได้ว่าเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับทุกจังหวัดภายในประเทศไทย เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์บริบทของจังหวัดอำนาจเจริญ

โดยการพิจารณาถึงข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนการสอบถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัด จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความกระจ่างมากขึ้นว่าเพราะเหตุใดจังหวัดอำนาจเจริญจึงมีสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวไม่ค่อยดีเท่าที่ควร (ถึงแม้มีโครงสร้างการบริหารราชการด้านการท่องเที่ยวเหมือนกับจังหวัดอื่น ๆ) ซึ่งสาเหตุสำคัญประการหนึ่งก็คือปัจจัยด้านความแตกต่างเชิงพื้นที่ เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ (การไม่มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม/น้ำตื้นตื้นแออัด ทะเล น้ำตกร พรรณไม้ที่หลากหลายน้อย) โครงข่ายเส้นทางการคมนาคมที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว (อาทิ การไม่มีเส้นทางรถไฟผ่าน การไม่มีท่าอากาศยานประจำจังหวัด ปัญหาเกี่ยวกับความสมบูรณ์ของถนนแบบ 4 เลน ฯลฯ) ในขณะเดียวกัน ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าในการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นเกี่ยวกับการประเมินความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละฝ่ายให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยพบว่าฝ่ายผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนได้มีการประเมินความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างเป็นองค์รวมหรือในระดับมหภาคได้อย่างชัดเจน และลุ่มลึกมากกว่าฝ่ายผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อม จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของระดับการรับรู้ถึงสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของภาคส่วนต่าง ๆ ภายในจังหวัด ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะบรรทัดฐานในการทำงานของฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวซึ่งยังไม่เปิดโอกาสหรือมีพื้นที่สาธารณะไว้สำหรับให้ภาคส่วนต่าง ๆ ภายในจังหวัดได้

มาร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอย่างเป็นกิจจะลักษณะเท่าที่ควร

เพราะฉะนั้นคำอธิบายดังกล่าวจึงสามารถได้รับการนำมาใช้อธิบายสาเหตุที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญยังไม่มีเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์จริงในระหว่างที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมมีแนวโน้มที่จะออกตัวก่อนแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ว่าไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการท่องเที่ยวโดยตรงและไม่มีข้อมูลหรือความรู้/ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความไม่มั่นใจในประเด็นที่ตนเองไม่มีข้อมูลและไม่ได้เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ทั้งที่ในความเป็นจริงผู้วิจัยได้พบว่าทั้งภาคเอกชนและฝ่ายผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมค่อนข้างให้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างคล้อยคลึงกัน อย่างไรก็ตามจากการที่ฝ่ายผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมยังไม่ได้รับทราบหรือติดตามข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมทั้งหมด จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญยังไม่มี การสอดคล้องกันอย่างเป็นปึกแผ่นเท่าที่ควร ถึงแม้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกฝ่ายต่างมีทัศนคติที่เห็นชอบเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่งเพื่อสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองอย่างสอดคล้องกันก็ตาม

6. สรุปข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาวิเคราะห์และอภิปรายในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยว และข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ จึงสามารถสรุปได้ว่าการพิจารณาถึงระบบการท่องเที่ยวในมิติสถาบันด้านการปกครองเป็นหลักหรือการที่คนในจังหวัดต่างฝ่ายต่างมองว่าผู้บริหารจังหวัดและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญเป็นฝ่ายที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรงแต่เพียงฝ่ายเดียว ก็อาจทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญยังขาดความเป็นเอกภาพ ถึงแม้ว่าทุกฝ่ายต่างต้องการและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาจังหวัดของตนให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่งตามนโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐ แต่จากการที่ฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีบทบาทหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพียงฝ่ายเดียวท่ามกลางสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำด้านการท่องเที่ยวทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงจำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งล้วนแต่พบว่าจังหวัดอำนาจเจริญอยู่ในสถานะเสียเปรียบและมีข้อจำกัดด้านปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่าจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าข้อค้นพบดังกล่าวจึงอาจทำให้จังหวัดอำนาจเจริญประสบกับความล่าช้าหรือการไม่ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ เนื่องจากระบบการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนระบบสังคมที่จำเป็นต้อง

อาศัยการประสานงานของกลไกต่าง ๆ ในแต่ละภาคส่วนในสังคม ซึ่งในที่นี้ก็คือจังหวัดอำนาจเจริญ แต่จากการศึกษาผู้วิจัยได้พบว่าการรับรู้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญระหว่างฝ่ายผู้บริหารภาครัฐกับฝ่ายภาคเอกชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมค่อนข้างมีความแตกต่างกันพอสมควร เช่น การยกตัวอย่างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว การประเมินความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนความแตกต่างของการสำนึกรู้ในบทบาทและความเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของตำแหน่งที่หรือสถานภาพด้านอาชีพการทำงานและหน่วยงานที่ตนเองสังกัดเป็นหลัก

จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมาใช้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวยังคงค่อนข้างขาดการสอดประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ กล่าวคือแม้สถาบันการปกครอง (ภาครัฐ) และสถาบันเศรษฐกิจ (ภาคเอกชน/ธุรกิจ) ได้มีความร่วมมือต่อกัน แต่ในมุมมองของฝ่ายภาคเอกชนยังมองว่าภาครัฐยังเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนมีบทบาทในการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวน้อยเกินไปหรือเน้นให้เป็นฝ่ายปฏิบัติตามกิจกรรม/โครงการที่ฝ่ายภาครัฐเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันถึงแม้ภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (สถาบันศาสนา/ความเชื่อ/ศิลปวัฒนธรรม) และตำรวจภูธรจังหวัด (สถาบันการปกครองในมิติด้านการรักษาความปลอดภัย) เคยมีประวัติการให้ความร่วมมือกับผู้บริหารจังหวัดและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

อำนาจเจริญก็ตาม แต่ก็ยังเป็นเพียงความร่วมมือที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น ในขณะที่บทบาทของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สถาบันการแพทย์และสาธารณสุข) และสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด (สถาบันการศึกษา) ก็ยังไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการมีแผนการและบทบาทที่มีความเชื่อมโยงกับฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมแต่ประการใด นอกจากความพร้อมและความยินดีที่จะเป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในครั้งนี้�าจยังมีข้อจำกัดในการถูกนำไปใช้ขยายผลสำหรับการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากในแต่ละจังหวัดอาจมีบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน เช่น สภาพภูมิศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของผู้บริหารจังหวัด ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก แนวทางในการบริหารงานจังหวัดและงานด้านการท่องเที่ยวของผู้มีอำนาจในจังหวัด ฯลฯ ในขณะเดียวกันเนื่องจากขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ระบบการท่องเที่ยวในภาพรวมของทั้งจังหวัดอำนาจเจริญเป็นหลัก จึงอาจทำให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ยังขาดความลุ่มลึกของข้อมูลในระดับท้องถิ่น เช่น กระบวนการทางสังคมของชุมชนแต่ละแห่งในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงระหว่างการจัดการด้านการท่องเที่ยวในระดับชุมชนกับหน่วยงานหรือภาคส่วนต่าง ๆ ในระดับจังหวัด ฯลฯ

เพราะฉะนั้นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการในเบื้องต้นสำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมภายในระบบการท่องเที่ยวในอนาคตก็คือการเก็บ

รวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากฝ่ายชาวบ้านในชุมชนด้านการท่องเที่ยวจำนวนหลายชุมชน ตลอดจนการเพิ่มเติมการเจาะลึกในประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับคนนอกชุมชนในการพัฒนาและการบริหารจัดการท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจมีส่วนทำให้ผู้วิจัยรับทราบถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ของผู้กระทำต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดได้อย่างลุ่มลึกมากขึ้น เพราะการบูรณาการระหว่างสถาบันทางสังคมหรือภาคส่วนต่าง ๆ ภายในจังหวัดเกี่ยวกับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอาจไม่จำเป็นต้องดำเนินการระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานแบบทางการเพียงอย่างเดียว เช่น การที่ผู้แทนจากภาคส่วนด้านสาธารณสุขได้กล่าวถึงบทบาทอย่างหนึ่งของศูนย์แพทย์แผนไทยพบว่าหน่วยงานดังกล่าวส่งเสริมให้ชาวบ้านในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าว หากในอนาคตได้มีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์แพทย์แผนไทยพบกับชาวบ้านในพื้นที่ ก็อาจทำให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นต้นแบบของการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญได้ต่อไป เนื่องจากเมื่อพิจารณาข้อมูลทางสังคมดังปรากฏในดัชนีความก้าวหน้าของคนไทย⁷ พ.ศ. 2560 ซึ่งพบว่าจังหวัดอำนาจเจริญมี

คะแนนดัชนีย่อยด้านการมีส่วนร่วม⁸ อยู่ในอันดับที่ 7 จากทุกจังหวัดในประเทศไทย จึงแสดงให้เห็นว่าในความเป็นจริงจังหวัดอำนาจเจริญก็มีต้นทุนทางสังคมที่อยู่ในระดับดีอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับโครงสร้างทางสังคมโดยการให้ข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นในด้านระดับการมีส่วนร่วมจึงอาจเป็นพลังทางสังคม (social force) ที่สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเพิ่มขึ้นและสามารถเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดต่อไป

ด้วยเหตุนี้จากข้อค้นพบหรือผลการศึกษาที่ปรากฏในช่วงต้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ซึ่งได้รับการแบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวในฐานะผู้รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรเพิ่มบทบาทการเป็นสื่อกลางในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่คนในพื้นที่อย่างทั่วถึงเกี่ยวกับการร่วมกำหนดเป้าหมายและวิธีการการพัฒนาจังหวัดอำนาจเจริญให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ภาคส่วนต่าง ๆ เกิดความสำนึกร่วมกันว่าทุกภาคส่วนต่างมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ตลอดจนการมี

⁷ ดัชนีดังกล่าวได้รับการจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อนถึงความก้าวหน้าการพัฒนาคนในระดับจังหวัดในประเทศไทย โดยมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดการพัฒนาคนให้ครอบคลุมถึงมิติต่าง ๆ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ สุขภาพ การศึกษา ชีวิตการทำงาน รายได้ ที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม ชีวิตครอบครัวและชุมชน การคมนาคมและการสื่อสาร และการมีส่วนร่วม (Thailand. Office of the National Economic and Social Development Board 2017, preface) อนึ่ง ผู้อ่านสามารถรับทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดและแหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการคำนวณหาดัชนีความก้าวหน้าของคนจากแหล่งอ้างอิงดังกล่าวซึ่งมีชื่อเรื่องว่า “ดัชนีความก้าวหน้าของคนปี 2560”

⁸ ตัวชี้วัดของดัชนีย่อย “การมีส่วนร่วม” ประกอบด้วยจำนวน 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ ร้อยละประชากรที่ใช้สิทธิลงประชามติร่างรัฐธรรมนูญในปี พ.ศ. 2559 จำนวนองค์กรชุมชน (ต่อประชากร 100,000 คน) ร้อยละครัวเรือนที่เป็นสมาชิกกลุ่ม/องค์กรในท้องถิ่น และร้อยละครัวเรือนที่มีส่วนร่วมทำกิจกรรมสาธารณะของหมู่บ้าน (Thailand. Office of the National Economic and Social Development Board 2017, 7)

ความเข้าใจตรงกันซึ่งเกิดจากการหารือร่วมกันว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดอำนาจเจริญควรมีลักษณะเป็นอย่างไรหรือดำเนินไปในทิศทางใด เช่น การมุ่งเน้นการท่องเที่ยวควบคู่กับการกีฬา การมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / ประเพณี การมุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบชุมชนเกษตรกรรม การมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฯลฯ อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากผลการศึกษาได้พบว่าคนในพื้นที่ได้เล็งเห็นถึงความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดของตนเองด้วยเช่นกัน

2) ฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำจังหวัดและมีการปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เช่น ข้อมูลทั้งในด้านปริมาณและลักษณะของผู้เยี่ยมเยือน พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือน ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว การมีอยู่ของโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในมิติด้านปริมาณ และคุณภาพ ฯลฯ จากนั้นจึงเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในจังหวัดมีสิทธิเข้าถึงฐานข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้ทุกฝ่ายต่างรับทราบและตระหนักรู้เกี่ยวกับ สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดร่วมกันและใช้ฐานข้อมูลดังกล่าวประกอบการกำหนดเป้าหมายและวิธีการการพัฒนาจังหวัดอำนาจเจริญให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจต่อไป นอกจากนี้การมีฐานข้อมูลด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวก็อาจมีส่วนสำคัญสำหรับการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้แก่คนภายนอกได้เช่นกัน เช่น การมีแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เกิดขึ้น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งให้มีความน่าสนใจมากขึ้น การที่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งได้รับรางวัล

บางอย่าง เช่น หมู่บ้านโฮมสเตย์ดีเด่น เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถได้รับการนำไปใช้ในการประกอบสร้างเรื่องราวและคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญได้เช่นกัน

3) ทุกภาคส่วนในจังหวัดอำนาจเจริญควรร่วมกันจัดตั้งประชาคมหรือคณะทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นมาซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานหรือภาคส่วนต่าง ๆ ภายในจังหวัดอย่างหลากหลาย ทั้งนี้สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและภาคเอกชนอาจเป็นแกนนำหลักในการจัดตั้งประชาคม เนื่องจากผลการศึกษาได้พบว่าผู้กระทำการทั้ง 2 ฝ่ายค่อนข้างอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในระดับมหภาคได้อย่างชัดเจน แต่กระนั้นการแบ่งสรร/กระจายอำนาจในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวก็ควรเป็นของสมาชิกภายในประชาคมดังกล่าวอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นข้อเสนอแนะดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับมุมมองของ Sasin Ditsawanon (2013, 112-113, 117) ซึ่งได้เสนอแนะว่าการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวควรมีลักษณะเป็นการกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นหรือภาคเอกชน โดยมองว่าการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในการตัดสินใจและมีการเจรจาต่อรองเพื่อให้ทุกฝ่ายพึงพอใจ รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องอาศัยระบบราชการเป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานและการบังคับใช้กฎหมายสำหรับการจัดระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ทั้งนี้จากข้อเสนอแนะดังกล่าวผู้วิจัยจึงสามารถขยายความโดยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ได้ว่าเป็นสถาบันในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการมีเพียงเฉพาะสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

จังหวัด (หรือฝ่ายสถาบันการปกครอง) หรือการรวมกลุ่มกันเฉพาะนักธุรกิจในภาคเอกชน (หรือฝ่ายสถาบันเศรษฐกิจ) เพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคส่วนหรือหน่วยงานต่าง ๆ (อาทิ สถาบันการแพทย์ และสาธารณสุข สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ชุมชนและภาคประชาชน ฯลฯ) ซึ่งถึงแม้ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด แต่กระนั้นภาคส่วนหรือหน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าวก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรงในการหาหรือเกี่ยวกับประเด็นด้านการท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอ เช่น การตระหนักว่าแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดสมควรได้รับการปรับปรุง/พัฒนาโดยการพิจารณาจากฐานข้อมูลที่มีอยู่หรือโดยการพบเห็นของผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ การร่วมกำหนดเป้าหมาย แนวทาง และการจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละภาคส่วนที่ได้มาร่วมกันหารือ/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ฯลฯ ทั้งนี้การที่ภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ทุกภาคส่วนภายในจังหวัดเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ/เป็นส่วนหนึ่ง (sense of belonging) ของระบบการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวอาจมีส่วนเหนี่ยวนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างภาคส่วนหรือสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ภายในระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ ในขณะที่เดียวกันลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับสิ่งที่ Murphy (2013, 14, 156) ได้กล่าวไว้ว่าการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ภาพลักษณ์หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่ง ๆ เป็นที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ

มากขึ้น ตลอดจนมีส่วนทำให้พื้นที่ดังกล่าวสามารถแข่งขันกับพื้นที่อื่น ๆ ในตลาดการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

4) ฝ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อมภายในจังหวัดอำนาจเจริญควรเพิ่มบทบาทด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะความร่วมมือระหว่างหน่วยงานหรือระหว่างภาคส่วนให้มากขึ้น เช่น การอบรม/การพัฒนาทักษะผู้นำเที่ยวท้องถิ่นให้แก่เด็กและเยาวชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดและ/หรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ภายในจังหวัด การมีความร่วมมือระหว่างสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกับชุมชนในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับภูมิปัญญาประจำท้องถิ่นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงการศึกษาในอนาคต การจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดการท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจภาคเอกชนมาอบรมหรือเป็นที่ปรึกษาที่คอยแนะนำชาวบ้านหรือเกษตรกรให้มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ทางการเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมซึ่งอาจมีส่วนช่วยให้เกษตรกรในจังหวัดอำนาจเจริญเกิดความรู้สึกร่วมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวและมีช่องทางรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นต้น นอกจากนี้ภาคส่วนต่าง ๆ ควรมีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ กับชาวบ้านหรือองค์กรชุมชนในพื้นที่ เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยเหนี่ยวนำให้เกิดประชาคมหรือคณะทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวดังที่ได้เสนอแนะไปในข้างต้นได้ง่ายขึ้นและ/หรือเพื่อคงไว้ซึ่งความยึดเหนี่ยวกันอย่างยั่งยืนระหว่างสมาชิกภายในประชาคมหรือคณะทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรณีที่ได้มีการจัดตั้งประชาคมหรือคณะทำงานดังกล่าวขึ้นมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

References

- Brida, Juan, Andrea Barquet, and Wiston Risso. 2010. "Causality between Economic Growth and Tourism Expansion: Empirical Evidence from Trentino-Alto Adige." *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 5(2): 87-98.
- Choekchai Suveatwatanakul. 2017. "Kan Chatkan Watthanatham Ongkon Thi Khapkhluan Duai Khunkha Phuea Kan Phatthana Thi Somdun Lae Yangyuen Nai Utsahakam Borikan Lae Kan Thongthiao." [Managing Values-Driven Organizational Culture for Sustainable Development in Hospitality and Tourism Industry]. *International Thai Tourism Journal* 13(2): 63-80. (in Thai)
- Ekinci, Yuksel, Ercan Sirakaya-Turk, and Sandra Preciado. 2013. "Symbolic Consumption of Tourism Destination Brands." *Journal of Business Research* 66(6): 711-718.
- Goeldner, Charles, and Brent Ritchie. 2012. *Tourism: Practices, Principles, Philosophies*. 12th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Mingsarn Kaosa-ard, Akarapong Unthong, Pornthip Thianteerawit, Kullada Phetwarun, and Nukul Kruefoo. 2013. *Setthasat Wa Duai Kan Thongthiao*. [Economics of Tourism]. Chiang Mai: Public Policy Studies Institute. (in Thai)
- Murphy, Peter. 2013. *Tourism: A Community Approach Volume 4*. New York: Routledge.
- Nissa Sinlapasade. 2017. *Utsahakam Kan Thongthiao*. [Tourism Industry]. 7th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Noronha, Raymond. 1979. *Social and Cultural Dimensions of Tourism*. Washington, D.C.: The World Bank.
- Perkins, Harvey C., and David C. Thorns. 2001. "Gazing or Performing? Reflections on Urry's Tourist Gaze in the Context of Contemporary Experience in the Antipodes." *International Sociology* 16(2): 185-204.
- Pimlapas Pongsakornrunsilp. 2014. "Kan Chatkan Kan Thongthiao Chumchon Yang Yangyuen: Korani Sueksa Ban Khok Khrai Changwat Phang-nga." [The Management of Sustainable Community-Based Tourism: The Case of Ban Kokekrai, Phang Nga Province]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)* 7(3): 650-665. (in Thai)

- Pizam, Abraham, and Roger Calantone. 1987. "Beyond Psychographics-Values as Determinants of Tourist Behavior." *International Journal of Hospitality Management* 6(3): 177-181.
- Pizam, Abraham, Gang-Hoan Jeong, Arie Reichel, Hermann van Boemmel, Jean Marc Lusson, Lizl Steynberg, Olimpia State-Costache, Serena Volo, Claudia Kroesbacher, Jana Kucerova, and Nuria Montmany. 2004. "The Relationship between Risk-Taking, Sensation-Seeking, and the Tourist Behavior of Young Adults: A Cross-Cultural Study." *Journal of Travel Research* 42(3): 251-260.
- Richter, Linda K., and William L. Richter. 1999. "Ethics Challenges: Health, Safety and Accessibility in International Travel and Tourism." *Public Personnel Management* 28(4): 595-615.
- Sanya Sanya-wiwat. 1997. *Thritsadi Sangkhomwitthaya: Nueaha Lae Kan Chai Prayot Bueangton*. [Sociological Theories: Basic Contents and Uses]. 7th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Sasin Ditsawanon. 2013. "Kan Plianplaeng Rupbaep Khong Rat Borihan Nai Kan Damnoen Pharakit Dan Kan Thongthiao Khong Rat Thai Priapthiap Rawang Pi Pho So 2522 Kap Pi Pho So 2545" [Changes in the Form of State Administration in the Implementation of Thai State's Tourism Missions: Comparison between 1979 and 2002]. *Journal of Social Sciences* 43(1): 96-119. (in Thai)
- Scheyvens, Regina. 1999. "Ecotourism and the Empowerment of Local Communities." *Tourism Management* 20(2): 245-249.
- Sequeira, Tiago Neves, and Paulo Maçãs. 2008. "Does Tourism Influence Economic Growth? A Dynamic Panel Data Approach." *Applied Economics* 40(18): 2431-2441.
- Sontaya Polsri. 2002. *Lak Sangkhomwitthaya*. [Principles of Sociology]. Bangkok: O. S. Printing House. (in Thai)
- Supatra Suphab. 2003. *Sangkhomwitthaya*. [Sociology]. 23rd ed. Bangkok: Thai Watana Panich. (in Thai)
- Thailand. Ministry of Tourism and Sports. 2017. "Sathiti Nakthongthiao Phainai Prathet Pho So 2559 (Chamnaek Tam Phumiphak Lae Changwat)." [Statistics of Domestic Tourists in Thailand in 2016 (Classified by Region and Province)]. Accessed November 17, 2017. https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=438&filename=index. (in Thai)

- . n.d. "Pharakit Nathi." [Mission]. Accessed November 19, 2017. https://secretary.mots.go.th/coor/news_view.php?nid=23. (in Thai)
- Thailand. National Statistical Office. 2016. "Sarup Sathanakan Thongthiao Changwat Amnat Charoen Pho So 2552-2558." [Summary of Tourism Situation - Amnat Charoen, 2009 – 2015]. Accessed November 17, 2017. http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/43700_Amnat_Charoen/16.5.xls. (in Thai)
- Thailand. Office of the National Economic and Social Development Board. 2017. *Datchani Khwam Kaona Khong Khon Pi 2560*. [Human Achievement Index 2017]. Bangkok: B. C. Press (Boonchin). (in Thai)
- Thairath Online. 2017. "Thiao Mueang Rong 55 Changwat Lotyon Phasi Dai Mai Koen 1.5 Muen Roem 1 Mokkarakhom." [Travel to 55 Secondary Provinces, with Tax Deduction Not More Than 1.5 Thousand, Starting January 1]. Accessed November 17, 2017. <https://www.thairath.co.th/content/1163068>. (in Thai)
- Urry, John. 1990. "The Consumption of Tourism." *Sociology* 24(1): 23-35.