

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจและระบบการจัดการคุณภาพ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยว และการตลาดท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน แนวคิดการพัฒนามนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำ แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมชาวเขา แผนและนโยบายพัฒนาของรัฐ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแนวความคิดที่หลากหลายดังกล่าวได้ส่งผลให้ผู้วิจัยมองเห็นประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันได้อย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน จึงใคร่ขอเสนอรายละเอียดของแนวความคิดต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544 : 118 -119) และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 6 - 8 และ 19-20) กล่าวถึง ที่ประชุม Rio Summit หรือ Earth Summit Conference ที่มีอนุสัญญา 1 ใน 5 ฉบับคือ Agenda 21 กล่าวถึงการพัฒนาทุกประเภท ต้องเป็น Sustainable Development (การพัฒนาที่ยั่งยืน) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด จะเป็นกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) หรือกลุ่มเล็ก ทั้งในเมืองและชนบท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แปลความหมาย เป็นภาษาไทยว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งหมายถึง "การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุดเกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด" นอกจากนี้ ยังได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า "หมายถึง การท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีเป้าหมายสำคัญที่สุดในการพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

- 1) ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
- 2) ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
- 3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคน ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
- 4) ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชน ในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ"

ECOTOURISM : ปรัชญา องค์ประกอบ และแนวคิด (จดหมายข่าว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, 2541 : 8) กล่าวถึงแนวความคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ว่า มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสดังโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ขอบเขต การพัฒนาครอบคลุมทุกองค์ประกอบ ทุกส่วนของ การท่องเที่ยว คือ

- 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้
- 2) มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ
- 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว) ยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย
- 4) กิจกรรมบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ
- 5) ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้อง มีน้อยที่สุด หรือไม่มีผลกระทบเลย
- 6) ต้องมีการจัดการที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว

Globe'90 Conference ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2533 ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา (อ้างถึงใน ศรีพร สมบุญธรรม, 2536 : 26) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันก็โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้ จึงมีความหมายรวมถึง การจัดการทรัพยากร เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและ ขบวนการทางระบบนิเวศได้"

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้จะเน้นความสำคัญของ :

- 1) การควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 2) การให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การเอาใจใส่ดูแลจำนวนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 4) การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ใน Globe'90 Conference ยังได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญที่ประกอบขึ้นเป็นแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 6 ประการ คือ

1) การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น และระดับภูมิภาค ควรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นหลักประกันถึงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่

2) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Local Participation) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3) ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว (Scale of Tourism Development) ควรพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับของการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Carrying Capacity) ทั้งนี้ ควรพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยว ได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ๆ

4) การใช้วัสดุและผลผลิตจากท้องถิ่น (Local Product) ควรสนับสนุนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นในการก่อสร้าง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่าง ๆ ของคนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

5) การกระจายรายได้ (Income Distribution) การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน

6) การจ้างงาน (Employment) คุณภาพของงาน สำหรับคนในท้องถิ่น ควรเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ มุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

ศรีพร สมบุญธรรม (2536 : 26) ได้สรุปว่า อุปสรรคสำคัญในการนำเอาแนวคิดมาลงมือปฏิบัติว่า อยู่ที่ความสามารถในการสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างกระแสการพัฒนา

และกระแสนุรักษ์ ซึ่งความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งสำหรับปัจจุบันและอนาคต

สร้อยดี อาสาสมัครพิกิจ (2543 : 5) ได้ประมวลสรุปการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า “เป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมน้อยที่สุด มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกันทั้งด้านการพัฒนาการ และด้านการตลาดที่จะนำพานักท่องเที่ยวมาชื่นชมทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นๆได้เป็นประจำสม่ำเสมอ อันจะส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่ตอบสนองต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง”

ภราเดช พยัฆวิเชียร (มกราคม 2544 : 12) ได้ยกคำกล่าวของศาสตราจารย์ นายแพทย์ ประเวศ วะสี ที่กล่าวไว้ในงานสัมมนาในงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยเมื่อปลายปี 2543 โดยกล่าวถึง การท่องเที่ยวว่า “เป็นจุดคานงัดของการแก้ไขปัญหาของประเทศ” นั่นคือ หากใช้การท่องเที่ยวให้เป็นประโยชน์แล้ว ก็จะช่วยแก้ปัญหาของประเทศได้อย่างถาวร แม้กระทั่งสร้างให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ด้วยแนวคิดที่ว่า ถ้าท้องถิ่นรู้จักวัฒนธรรมตัวเอง รู้จักประวัติศาสตร์ของตัวเอง แล้วพัฒนาองค์ความรู้จากท้องถิ่นนั้น ก็จะกลายเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันท้องถิ่นก็รู้จักตัวเองมากขึ้น รู้จักที่จะรักษาธรรมชาติ ต่อเมื่อเก็บไว้ มันยั่งยืน ได้รับการดูแล ฟื้นฟูมองภาพดี ๆ แล้ว จะเห็นว่าการท่องเที่ยว เป็นจุดคานงัดที่จะแก้ไขให้ชาติไทยพ้นภัยเศรษฐกิจและแก้ปัญหาสังคมได้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นกระบวนการการเรียนรู้ที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเรียนเพื่อชีวิต การเรียนนอกระบบ การเรียนนอกห้องเรียน ล้วนได้จากการไปรู้ไปเห็นทั้งสิ้น นอกจากนี้ อร ศรีเพชร (2544 : 4 -10) ได้สรุปการที่ ศ.นพ.ประเวศ วะสีได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า คือ การประกอบเครื่องให้ครบ ทุกอย่างจะคำนึงถึงเรื่องเดียวกัน ความเป็นหนึ่งเดียวกัน การรู้ถึงกันเป็นสิ่งสำคัญ และความสมดุล คือ ความยั่งยืน เพราะฉะนั้น องค์กรหรือระบบที่จะยั่งยืนต้องเรียนรู้ได้ และมีความถูกต้อง เมื่อจะมองระบบการท่องเที่ยวให้มีพลังจะต้องมีจินตนาการให้ใหญ่ นำมาซึ่งวัตถุประสงค์ของระบบการท่องเที่ยวจำนวน 10 ข้อ คือ 1) เพื่อยกระดับจิตสำนึก ศักดิ์ศรี และคุณค่าของการเป็นคนไทย 2) เพื่อกระตุ้นการวิจัย 3) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม 4) เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น 5) เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์กับมนุษย์ได้สัมผัสและได้พัฒนาจิตใจให้สูงขึ้น (Human Touch) 6) สร้างและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม 7) ก่อให้เกิดความสุขอย่างสร้างสรรค์ 8) ให้การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาการศึกษา 9) ส่งเสริมให้เกิดสังคมโปร่งใสและยุติธรรม และ 10) พัฒนาระบบการจัดการ (Management made the

impossible possible) การจัดการที่ดีนั้นจะทำให้สิ่งที่เป็นไปไม่ได้เป็นไปได้ การจะทำให้ระบบการท่องเที่ยวทั้ง 10 ประการมีพลัง คือ การสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Shared vision) ซึ่งถือว่าเป็นการจัดการสมัยใหม่ ถ้าคนมีวิสัยทัศน์ร่วมกันหมด เขาจะทำเองโดยไม่ต้องใช้คำสั่ง และเขาจะรักในสิ่งนั้น ต้องทำเป็นกระบวนการต่อเนื่อง มีการประชุมเคลื่อนไหวให้คนไทยทั้งหมดเข้ามาร่วมในเรื่องการท่องเที่ยว (Tourism for All and All for Tourism) โดยที่การท่องเที่ยวต้องเป็นประโยชน์ต่อคนทั้งหมด แล้วคนทั้งหมดต้องเข้ามาร่วมในเรื่องการท่องเที่ยวด้วยการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน เมื่อมีวิสัยทัศน์ร่วมแล้ว จะเกิดสิ่งต่าง ๆ ตามมา

มานิตา มัตนาวี (2544 : 35-37) กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ในเรื่องความชนะเลิศการประกวดเรียงความเรื่อง "ทำอย่างไรจะให้การท่องเที่ยวไทยยั่งยืน" ประเภทบุคคลทั่วไปว่า การจะพัฒนาให้การท่องเที่ยวไทยยั่งยืนได้ต้องมีความเข้าใจทางจิตวิทยาเบื้องต้นก่อนว่า สินค้าทางการท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ด้านรูปธรรม ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น ส่วนในดำนามธรรมนั้น ผลผลิตขั้นสุดท้ายของการท่องเที่ยวก็คือ "ความรู้สึกที่ดี" ภายหลังการท่องเที่ยวนั่นเอง การจะสร้าง "ความฝัน" หรือ "ความรู้สึกที่ดี" ให้แก่นักท่องเที่ยวนั้นจะต้องเน้นที่การวางแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน ซึ่งหมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันให้ได้ โดยที่มีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ในขณะที่ยังคงสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ด้วย

ดังนั้น ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในการศึกษาคั้งนี้ คือ การใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างปัจจัยที่เกื้อหนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหล่อชา ด้วยการจัดการธุรกิจชุมชนในหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้เป็นรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ภายใต้ความร่วมมือร่วมใจด้วยการมีส่วนร่วมจากบุคคลภายในชุมชน องค์การพัฒนาเอกชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนจะมุ่งเน้นการจรรโลงและรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นเสมือนหนึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นนามธรรม และรูปธรรม และที่สำคัญ เป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนกับองค์กรภายนอกและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนด้วยกระบวนการเรียนรู้จากโครงการท่องเที่ยวนี้ สามารถอำนวยการประโยชน์ด้านรายได้ และสร้างองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการจัดการให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 2-17 ถึง 2-31) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงครอบคลุมองค์ประกอบหลัก (Key Elements) 4 ด้านที่ประกอบด้วยการพิจารณาด้านพื้นที่ท่องเที่ยว ด้านรูปแบบการจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ (Nature-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity of Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ (Sustainable Managed Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsible Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (No or Low Impact) มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Environmental Education-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (Community Participation-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Involvement of local community of people participation) โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local benefit) ซึ่งได้หมายความว่ารวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดชุมชนท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

ท้องถิ่นในที่นี้ เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (grass root) จนถึงการปกครองท้องถิ่น และอาจรวมถึง การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

จะเห็นได้ว่า ข้อกำหนดที่ชัดเจนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ และลักษณะของพื้นฐานที่เป็นหลักการทั้ง 4 ด้าน หากการท่องเที่ยวได้มีการประกอบกันที่สมบูรณ์ ของลักษณะดังกล่าวแล้ว จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไป ความสมบูรณ์จะลดน้อยลง จนอาจต้องจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

นอกจากนี้ ยังได้กล่าวเสริมว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวทั่วไปหลายประการ คือ

การท่องเที่ยวทั่วไป

1. เน้นการเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจ
2. ไม่จำกัดรูปแบบและขนาดของนักท่องเที่ยว
3. การจัดการอย่างง่าย ๆ และราคาถูก
4. สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. เน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. จำกัดรูปแบบและขนาดของนักท่องเที่ยว
3. การจัดการที่ดี
4. ให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 279 – 280) กล่าวว่า จากองค์ประกอบหลัก (Key Elements) 4 ด้านของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถจะนำไปสู่มาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 8 ประการ คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีระบบการจัดการที่ดี 4 ด้าน คือ
 - 1.1 ด้านการให้ข้อมูลล่วงหน้าเพื่อทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว
 - 1.2 ด้านการจัดรายการนำเที่ยวที่เน้นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 ด้านการกำหนดการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว
 - 1.4 ด้านการตลาดท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความสามารถรองรับของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ต้องมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 3) ต้องมีโครงการร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่นคืนกำไรสู่แหล่งท่องเที่ยว
- 4) ต้องมีระบบการให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว
- 5) ต้องมีระบบการสร้างคุณภาพแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
- 6) ต้องมีระบบการรักษาความปลอดภัย

7) ต้องมีระบบการให้บริการที่มีคุณภาพ

8) ต้องมีการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างงาน และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา กล่าวด้วยว่า แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชนในการตระหนักถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แม้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีแนวคิดมุ่งพัฒนาเพื่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็มุ่งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วย เพื่อชุมชนท้องถิ่นนั้นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในรูปของคุณภาพชีวิต

วิไลพร ลิวเกษมสานต์ (2545 : 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การมีจิตสำนึกในความเข้าใจที่จะดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเชิงบูรณาการร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและนำเสนอแนวทางการดำเนินงานไว้ว่า การมีความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญในการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น (Awareness) การใส่ใจต่อกระบวนการเรียนรู้และองค์ความรู้ในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว (Attention) และการปฏิบัติงานหรือการทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามแผนที่วางไว้ (Action) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดความชื่นชมและประทับใจในผลสำเร็จของงานนั้น (Appreciation)

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543 : 1) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นับเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Conservation Tourism) เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิม มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ ทั้งยังได้กล่าวด้วยว่า (2544 : 1-7) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism or Village Tourism) เป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเที่ยวชมหมู่บ้านในชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์อันเป็นเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อตื่นตาตื่นใจได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ จากการดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและรักษาคุณค่าของ สภาพแวดล้อม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้จากองค์ประกอบของภูมิปัญญาพื้นบ้าน ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาที่ใช้พูดจาหรือภาษา

ท้องถิ่น อาหารพื้นบ้านและวัฒนธรรมการกิน การแต่งกายพื้นบ้านและชุดแต่งกายในงานต่าง ๆ เครื่องดนตรีพื้นบ้าน และ การประกอบอาชีพหลักในหมู่บ้าน เป็นต้น

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2544 : 5-9) กล่าวไว้ในงานเขียนหัวข้อ การท่องเที่ยวชุมชนบทและการท่องเที่ยวชุมชน (Rural & Community Based Tourism) ซึ่งสรุปได้ว่า เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวซึ่งกำลังได้รับความนิยมในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ระดับกำกับนโยบายลงมาถึงระดับปฏิบัติการ ปรากฏขึ้นทั่วไปในกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยสามารถจะมองได้หลายมิติ แต่ถ้าจะมองในมิติของการจัดการแล้ว จะให้ความสำคัญกับจิตวิญญาณของชุมชน การรักษาไว้ซึ่งสภาพธรรมชาติที่สวยงาม สภาพสังคม / วัฒนธรรมของชุมชน มีหลักการที่กว้าง พิจารณาในรายละเอียด อาทิ การจัดการด้านการให้การศึกษาชุมชน ถือว่าเป็นขั้นตอนแรกที่ต้องดำเนินการ การให้ชุมชนภูมิใจในตนเองเห็นศักยภาพและตัวตนที่ดำรงอยู่ สร้างแรงจูงใจให้ชุมชนเกิดความต้องการอนุรักษ์และดำรงความเป็นตัวตนต่อไป และ การจัดการด้านการให้บริการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินการโดยองค์กรพัฒนาเอกชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยว/ชุมชน/สถาบันการศึกษา หรือหลายองค์กรร่วมกันดำเนินงาน เป็นการให้บริการท่องเที่ยวไม่มีตัวแบบที่แน่นอน แต่จุดร่วมประการหนึ่ง คือ จะต้องสร้างให้เกิดความมีส่วนร่วมของชุมชน และผลประโยชน์ จะต้องตกอยู่ในชุมชน นอกจากนี้ ยังได้กล่าวต่ออีกว่า ชุมชนส่วนใหญ่ของไทยยังอยู่บนฐานเศรษฐกิจที่พึ่งพาตัวเอง แต่หากเริ่มที่โจทย์ว่าจะหารายได้เข้าสู่ชุมชน คำตอบก็อาจจะอยู่ที่การคาดหวังที่จำนวนคนจำนวนครั้งที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยว ชุมชนจะคิดเรื่องการลงทุนเพื่อแสวงหารายได้ซึ่งอาจจะนำไปสู่ความคิดที่จะพึ่งพาปัจจัยภายนอก ซึ่งยากที่จะควบคุม สิ่งที่สำคัญและเป็นด้านแรกที่ชุมชนจะต้องคิดเมื่อจะดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยว คือ การสร้างให้ชุมชนหรือท้องถิ่นเกิดความภูมิใจในตนเอง มีทรัพยากรที่สามารถพึ่งพาตนเองทางการผลิตมีกลุ่มองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง สิ่งเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานที่ดีที่จะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนภายใต้ต้นทุนชุมชนที่มีอยู่

ซูวิทย์ ศิริเวชกุล (2544 : 52-56) ได้สรุปการบรรยายของ Dr. Erik Holm Petersen ผู้เชี่ยวชาญพิเศษจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community - Based Tourism) ไว้ว่า หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) อันรวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงชุมชนจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวลักษณะนี้ ได้แก่

- 1) การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales)
- 2) กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows)

3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities)

4) กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน ซึ่งมีทั้ง การจัดแคมป์ การจัดที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักแรมในหมู่บ้าน

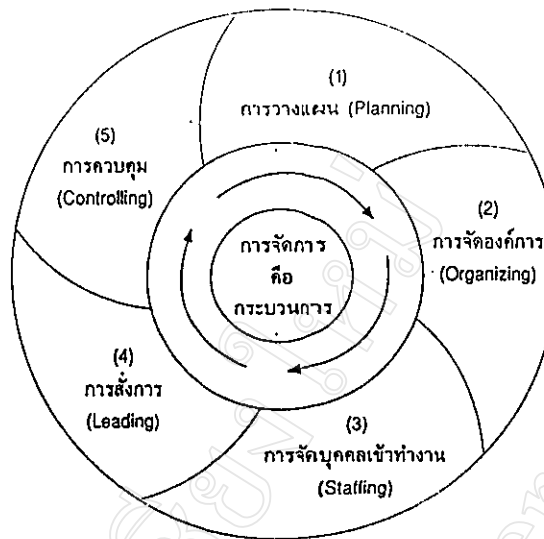
ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ผู้ซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ต้องให้ความสำคัญกับจิตวิญญาณของชุมชน จะต้องเริ่มจากความตระหนักถึงคุณค่าของท้องถิ่นของตนเอง สภาพสังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตพื้นบ้านของชุมชนการรักษาไว้ซึ่งสภาพธรรมชาติที่สวยงามเสียก่อน แล้วจึงคิดดำเนินการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับความพร้อมและศักยภาพของตนเอง โดยทั้งนี้ ต้องยึดองค์ประกอบ 4 ประการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้เสมอ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ และระบบการจัดการคุณภาพ

พยอม วงศ์สารศรี (2538 :31-36) ได้ให้ความหมายของการจัดการไว้ 3 ประเด็น คือ

- 1) การจัดการเป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร โดยการสนองตอบความต้องการ ความคาดหวังและจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน
- 2) การจัดการเป็นกระบวนการที่เป็นระบบ มีการประสานงาน และ ความร่วมมือร่วมใจจากทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการในขั้นตอนต่างๆ นี้ไม่ได้เริ่มต้นและสิ้นสุดในแต่ละขั้นตอนของตัวมันเอง แต่เป็นการดำเนินการที่ต่อเนื่องหมุนเวียนไปเรื่อยๆ ขั้นตอนบางตอนอาจจะเข้าไปแทรกในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งก็ได้ ฉะนั้น คำว่ากระบวนการนี้ จึงมีลักษณะต่อเนื่องเป็นวัฏจักร (cycle) ไม่มีการสิ้นสุด (ดูภาพที่ 2.1)

3) การจัดการคือกลุ่มของผู้จัดการ ในความหมายนี้ มององค์การเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่บริหารหรือจัดการกิจการต่าง ๆ ในองค์การ เป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายขององค์การและประสานงานให้สมาชิกในองค์การดำเนินการไปในทิศทางที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน



ภาพที่ 2.1 แสดงองค์การเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง

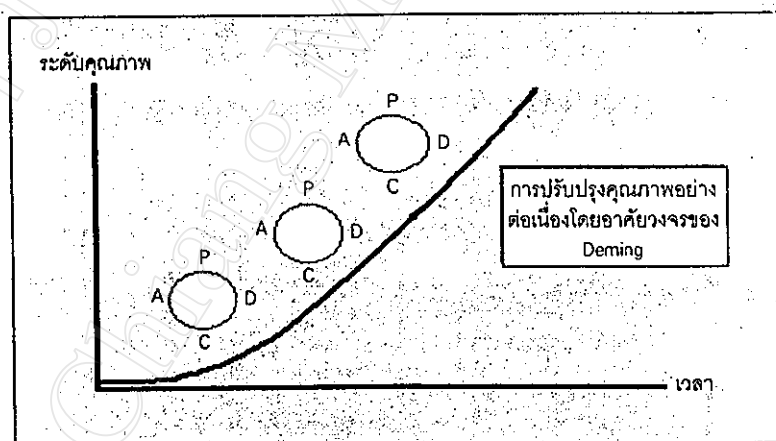
ที่มา : พยอม วงศ์สารศรี : 2538 : 33

พยอม วงศ์สารศรี ยังได้ให้นิยามของการจัดการว่า คือ กระบวนการที่ผู้จัดการใช้ ศิลปะและกลยุทธ์ต่าง ๆ ดำเนินกิจการตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของ สมาชิกในองค์การ การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด ความต้องการ และความมุ่งหวังด้าน ความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์การควบคู่ไปด้วยองค์การจึงจะสัมฤทธิ์ผล ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการไว้เป็น 4 ข้อ คือ 1) การจัดการเป็นสมอขององค์การ 2) เป็นเทคนิควิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์การเกิดจิตสำนึก ร่วมกันในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ เต็มใจช่วยเหลือให้องค์การประสบความสำเร็จ 3) เป็นการ กำหนดขอบเขตในการทำงานของสมาชิกในองค์การไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไป ด้วยความราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และ 4) การจัดการเป็นการแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุด ในการปฏิบัติงานให้องค์การเกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพสูงสุด

วิฑูรย์ ลิ้มะโชคดี (2543 : 111-112) กล่าวถึง การจัดการโดยอาศัย "องค์กรแห่งการเรียนรู้" ว่า ผู้ที่รู้ปัญหาดีที่สุด คือ ผู้ปฏิบัติงาน และ ผู้ที่จะปรับปรุงงานได้ดีที่สุด คือ ผู้ที่รู้ปัญหาจริง วิธีการแก้ปัญหและปรับปรุงงานแบบง่าย ๆ และมีประสิทธิภาพ คือ การใช้เทคนิคการแก้ปัญหา แบบ QC (QC Problem Solving Technique) ที่อาศัยวงจรการแก้ปัญหา หรือ "วงจรเดมมิง" (Deming Cycle) ซึ่งรู้จักกันดีในรูปของ "วงจร PDCA" เป็นหลัก ซึ่งเริ่มต้นด้วย P (Planning) คือ ต้องรู้ว่าเป้าหมายของการผลิตหรือบริการคืออะไร ตามด้วย D (Do) คือ ลงมือทำตามแผนงาน ทำตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ตามด้วย C (Check) คือ ตรวจสอบผลลัพธ์ของการทำงานว่าได้งาน ตามแผนหรือไม่ โดยเปรียบเทียบผลผลิตที่ได้กับเป้าหมายที่วางไว้ว่า ทำได้มากกว่าหรือน้อยกว่า อย่างไรบ้าง ทำผิดหรือถูกมากน้อยเพียงใด จากนั้น จึงตามด้วย A (Act) คือ กำหนดให้เป็นมาตร

ฐาน หรือปรับปรุงงานให้ดีขึ้นต่อไป นอกจากนี้ ยังกล่าวเสริมอีกว่า วงจร PDCA นี้ จะต้องหมุนรอบต่อไปเรื่อย ๆ แบบไม่มีวันหยุด ต้องทำกันเป็นวัฏจักร คือ ตั้งเป้าหมาย – ลงมือทำ – เปรียบเทียบผล – ปรับปรุงให้ดีขึ้น – ตั้งเป้าหมาย (รอบใหม่) – ลงมือทำ เรื่อยไป เป็นต้น วงจร PDCA จึงเป็นทั้งเทคนิคในการแก้ปัญหาและปรับปรุงงานพร้อมกันในตัว การดำเนินการตามวัฏจักรหรือวงจร PDCA อย่างต่อเนื่องนี้ จะทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ และสามารถสร้าง “องค์กรแห่งการเรียนรู้” ได้ในที่สุด แต่สิ่งสำคัญที่จะทำให้การแก้ปัญหาและการปรับปรุงงานได้ผลสูงสุด ก็คือการเก็บรวบรวมข้อมูล (ปัญหา) ได้อย่างถูกต้องเป็นจริง และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องจริงจัง

อำนาจ อธิระวณิช (2544 : 324) กล่าวเช่นกันว่า “วงจร PDCA (plan-do-check-act circle) และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (continuous quality improvement) เป็นเครื่องมือที่ QC นำไปใช้โดยจะทำการวางแผน (plan) ปฏิบัติ (do) ตรวจสอบ (check) และปรับปรุงแก้ไขงาน (act) หมุนเวียนกันไปอย่างไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของการใช้วงจร PDCA นั้นไม่ใช่เพียงเพื่อความพยายามในการที่จะรักษาระดับของคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่กิจการกำหนดขึ้นเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือ เราใช้วงจร PDCA เพื่อปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คุณภาพผลิตภัณฑ์ยกระดับต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (ดูภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 แสดงวงจร Deming และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
ที่มา : อำนาจ อธิระวณิช (2544 : 324)

นอกจากนี้ วิทยุรย์ สิมะโชคดี (2543 : 258) ได้กล่าวถึง การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ว่า เป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญยิ่งของ TQM (Total Quality Management) หรือ “การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” ซึ่งการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง คือ ความสามารถในการทำให้งาน สินค้า หรือบริการมีคุณภาพมากขึ้นหรือดีขึ้นเรื่อย ๆ โดยไม่มีสภาพที่

หยุดนิ่งคงที่หรือสภาพที่ดีที่สุด ต้องเชื่อว่า ทุกอย่างสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นเสมอ (Better) รวมถึงคุณภาพชีวิตการทำงานที่จะดีขึ้นด้วย และวิฑูรย์ สิมะโชคดี (2545 : 68-73) ได้กล่าวอีกว่า ภารกิจที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหาร ก็คือ การสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้เอื้ออำนวยต่อการให้พนักงานทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ รวมทั้งตัวผู้บริหารเองจะต้องเปิดกว้างสำหรับพนักงานทุก ๆ คน เพื่อให้แน่ใจว่าจะได้รับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกระดับชั้นมากที่สุด นอกจากนี้ ได้กล่าวถึงคำนิยามของ TQM (Total Quality Management) หรือ "การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร" ตามมาตรฐานสากล ISO/CD 8402-1 ซึ่งอธิบายไว้ว่า "TQM คือ วิธีหรือแนวทางในการบริหารองค์กรที่มุ่งเน้นเรื่อง "คุณภาพ" โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรนั้นมีส่วนร่วม และมุ่งหมายที่ผลกำไรระยะยาว ด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการสร้างผลประโยชน์แก่หมู่สมาชิกขององค์กรและแก่สังคมด้วย" และหลักการสำคัญของ TQM มี 3 ประการ ต่อไปนี้

1. การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) ด้วยการยึดเอาการสร้าง ความพอใจแก่ลูกค้าหรือการสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้เป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการองค์กร
2. การบริหารกระบวนการ (Process Management) ด้วยการมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการหรือการปรับปรุงกระบวนการ เพื่อผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เหมาะสมแก่ลูกค้า
3. การให้ทุกคนมีส่วนร่วม (Total Involvement) ด้วยการมุ่งเน้นให้ผู้บริหาร พนักงานและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงานหรือปรับปรุงกระบวนการ เพื่อให้ทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของผลสำเร็จในการสร้างคุณภาพที่สามารถสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าได้

จากแนวคิดการจัดการธุรกิจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ในการดำเนินงานธุรกิจ หรือกิจการใดก็ดี การทำงานเป็นกระบวนการแบบต่อเนื่องเป็นวัฏจักรมีความจำเป็นมากขึ้นทุกขณะ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาทั้งบุคลากร และสินค้าหรือการบริการให้ดียิ่งขึ้นไปเรื่อย ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เช่นเดียวกับ วงจรของเดมมิง ซึ่งจะเป็ประโยชน์มากขึ้นเมื่อนำมาใช้ร่วมกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) การดำเนินงานของโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมบ้านหล่อซาก็เช่นกัน จำเป็นต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาโดยเร็ว เพื่อจะนำผลการประเมินนั้น มาพัฒนาและปรับปรุงการจัดการให้เป็นระบบที่ดี และมีคุณภาพ มีความต่อเนื่องของการทำงานในทุกขั้นตอน ทั้งนี้ เพื่อเตรียมรองรับการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวชมหมู่บ้านมากขึ้นในอนาคต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

การจะจัดว่าสถานที่ใดเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวและจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมผสานกัน ดังมีผู้กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้หลายท่านด้วยกัน เช่น

Mill and Morrison (1992 : 22-24) สรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และ การต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality)

McIntosh & Goeldner (1986 : 200) ได้ให้ความเห็นตรงกันว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยพื้นฐาน ระบบการขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

Collier and Harraway (1997: 18) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ "3As" คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เกิดจากการสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการการขนส่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

ภราเดช พยัฆวิเชียร (2544 : 13) กล่าวว่า ชุมชนที่มีความสุขที่สุด มีรายได้พอสมควร มีสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่มีโจรผู้ร้าย นั่นก็คือแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544 ก. : 2) ได้กล่าวถึงกระแสการท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 ว่า ในสหัสวรรษใหม่หรือศตวรรษที่ 21 กระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและ

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นมาตรการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อมหรือ Green Tourism นักวิจัยตลาดการท่องเที่ยวจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้สำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวพบว่า เปลี่ยนไปจากเดิมที่นิยม 3 S คือ Sea Sand Sun นั้น ได้ลดบทบาทลงเปลี่ยนเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คำนิยม “3 S ใหม่” คือ “S” Security หมายถึง ความปลอดภัยทั้งจากภัยธรรมชาติ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน “S” Sanitation หมายถึง ความสะอาดปราศจากเชื้อโรคและมลพิษต่าง ๆ และ “S” Satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจ ความประทับใจ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 4) กล่าวถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวว่า เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้นเช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในปัจจุบัน ควรจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ความมีไมตรีด้วยสำนึกของความเป็นเจ้าของบ้านที่ดีตามประเพณีการต้อนรับของแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะอาด สุขอนามัยที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วยความสบายใจและเป็นสุข รวมทั้ง ความรู้สึกประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะมีต่อสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ

2.4.2 แนวคิดธุรกิจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 108-109) ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้ให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน โดยในส่วนของบริการท่องเที่ยวนั้น หมายถึง บริการที่รองรับให้ความสะดวกสบายและบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ถือเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งในบางโอกาสก็เป็นตัวดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจท่องเที่ยวจำต้องให้บริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว โดยจะมีลักษณะสำคัญอยู่ 7 ประการคือ 1) คุณภาพบริการท่องเที่ยวจะเกี่ยวพันกับความคาดหวังและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ไม่ได้อยู่ที่ตัวสินค้าทางการท่องเที่ยว 2) เป็นผลจากการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการจริง 3) เป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจ เพราะนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมินคุณภาพ มิใช่ผู้บริหารหน่วยงาน 4) เป็นการประเมินค่าจากผลการบริการและวิธีการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย 5) เป็นเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด 6) เป็นเรื่องที่ถูกกำหนดจากอิทธิพลความต้องการของนักท่องเที่ยว คุณค่าของบริการประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว สถานการณ์แวดล้อม และปัจจัยอื่น ๆ และ 7) จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวจะมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 5 ธุรกิจ ได้แก่ 1) ธุรกิจการขนส่ง 2) ธุรกิจที่พักแรม 3) ธุรกิจอาหารและบันเทิง 4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ 5) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ในที่นี้ ขอกล่าวถึงธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งชุมชนดำเนินการอยู่ในพื้นที่กรณีศึกษาของการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 118-119) ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร และมัคคุเทศก์แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจแบ่งธุรกิจนำเที่ยวตามสากลได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ 1) ประเภทนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ และขายบริการนำเที่ยวนี้ให้นักท่องเที่ยวในประเทศนั้น 2) ประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวประเทศไทย (Inbound Tour) และ 3) ประเภทนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour) พร้อมกับกล่าวเสริมว่า (2542 : 133) ตามปกติ ธุรกิจนำเที่ยวมักมีส่วนการตลาดที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งก็ไม่ขัดแย้งกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แต่ปัญหามีอยู่ว่าจะทำอย่างไรให้ธุรกิจนำเที่ยวมีระดับขั้นของความยั่งยืนที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามลักษณะความเข้มข้นได้ 3 ประเภท คือ

1. ประเภทเชิงรู้สึกไว (Sensitive Tour Operator) เป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ใส่ใจกับความวิตกกังวลของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จึงมักสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุด แต่ยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อทำกำไร

2. ประเภทเชิงเสริม (Constructive Tour Operator) สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุด และในขณะเดียวกันจะบริจาครายได้ส่วนหนึ่งให้กับกิจกรรมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว

3. ประเภทเชิงปฏิบัติจริง (Proactive Tour Operator) เป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่มีบทบาทชัดเจนในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และพยายามรักษาปรับปรุงคุณภาพของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยว ตลอดจนจัดตั้งโครงการกองทุนคืนกำไรสู่สังคมเพื่อสงวนไว้เป็นกองทุนอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการนำเที่ยวจะต้องมีรายการนำเที่ยว เพื่อนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเดินทางตามความพอใจ ซึ่งฉัตรแก้ว สิมารักษ์ (2542) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบการจัดการรายการนำเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การจัดนำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า (Tailor – made) การจัดรายการนำเที่ยวรูปแบบนี้ นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือรายบุคคลก็สามารถให้ทางบริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้ตามที่ต้องการ

2. การจัดนำเที่ยวที่เตรียมไว้ล่วงหน้า (Ready – made) รายการนำเที่ยวประเภทนี้ทางบริษัทนำเที่ยวจะจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า มีรายการนำเที่ยวหลากหลาย โดยทางบริษัทนำเที่ยวจะจัดพิมพ์รายการนำเที่ยวและแจ้งราคาขายไว้เรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ในทันทีตามความพอใจ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 109 -112) แบ่งรูปแบบการจัดการรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวออกเป็น 9 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการจัดการรายการนำเที่ยวตามลักษณะการเหมาจ่าย แบบมีผู้นำ และแบบไม่มีผู้นำ 2) ตามลักษณะความต้องการของลูกค้า หรือ บริษัทนำเที่ยว 3) ตามลักษณะอาณาเขต คือ ภายในประเทศ หรือภายนอกประเทศ 4) ตามลักษณะการเดินทาง คือ Joint Tour, Private Tour, Group Tour , Incentive Group Tour 5) ตามระยะทาง ใกล้ และ ไกล 6) ตามลักษณะการซื้อ เหมาจ่าย หรือเลือกจ่าย 7) ตามระยะเวลา ครึ่งวัน หรือ มากกว่า 1 วัน 8) ตามจุดหมาย ประเภทชมเมือง ชมภูมิทัศน์ หรือแหล่งบันเทิงยามราตรี 9) ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ได้แก่ Sightseeing Tour, Trekking Tour และ Special Purpose Tour

จากรูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวต่าง ๆ ข้างต้น พบว่า ชนิดของรายการนำเที่ยวมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อรายการนำเที่ยวต่าง ๆ ได้ตามความพอใจของตน บริษัทนำเที่ยวก็สามารถนำรูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้ตามโอกาสและความเหมาะสม

ในการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว มักจัดรูปแบบรายการนำเที่ยวที่มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ซึ่งบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 120 และ 133) ถือว่า มัคคุเทศก์เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมาก และ รอบรู้ (พฤษภาคม 2545 : 40) ได้กล่าวไว้ในนิตยสารธุรกิจท่องเที่ยว "รอบรู้เรื่อง...มัคคุเทศก์" ได้ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ว่า มัคคุเทศก์ คือผู้ทำหน้าที่ให้บริการพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ วัตถุ และบุคคล โดยได้รับค่าตอบแทน มัคคุเทศก์จึงมีหน้าที่หลักที่จะต้องปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว คือต้องให้การบริการที่ประทับใจด้วยคุณภาพ ปกป้องทรัพยากรและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ลบหลู่ดูหมิ่นศาสนาอื่น มีทัศนคติที่ดี พัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ คุณวุฒิ และคุณธรรมในการปฏิบัติงาน เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนทางชาติสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม ถือปฏิบัติตามคำสั่ง กฎระเบียบ แบบแผนขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่ง ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบทางราชการ

ในส่วนของธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนั้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 120-122) กล่าวว่า หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าใด ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนไม่ว่าจะมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อเป็นของที่ระลึกเก็บไว้เตือนใจถึงถิ่นที่เคยไปเยือน หรือเป็นของฝากญาติมิตร ซึ่งสินค้าที่ระลึกมักมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ 1) เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ไปท่องเที่ยว 2) เป็นสินค้าที่หายากและราคาแพง 3) เป็นสินค้าที่มีราคาถูกกว่าที่วางขายในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว 4) เป็นสินค้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์แปลกหรือมีประโยชน์ใช้สอย 5) เป็นสินค้าที่มีรูปร่าง ขนาดและน้ำหนักเหมาะสมต่อการขนส่ง 6) เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่นนั้น และ 7) เป็นสินค้าที่มีการแสดงขั้นตอนการผลิตให้นักท่องเที่ยวเห็นหรือทดลองทำ

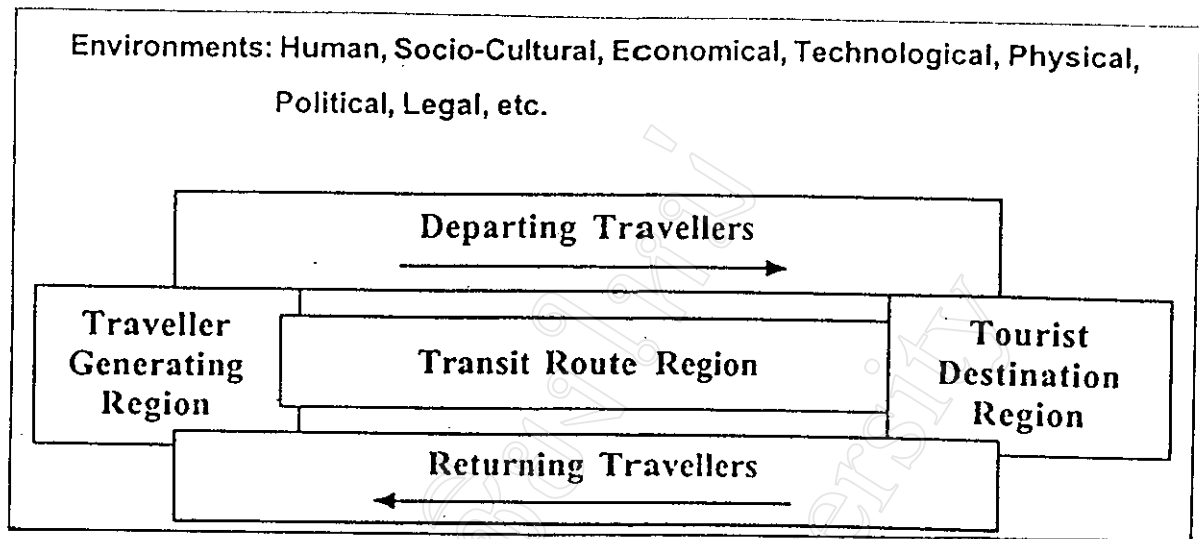
ในการศึกษา รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม บ้านหล่อย่านนั้น ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพร้อมของชุมชนและสภาพพื้นที่ เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นไปได้และเหมาะสมกับชุมชนซึ่งเป็นชาวเขาเผ่าอาข่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมากับคณะทัวร์ในลักษณะ Ready-made และ Private Tour รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นรายการนำเที่ยวตามจุดนำชม คือ เพียงการเดินทางชมรอบหมู่บ้านเพียง

ระยะเวลาสั้นประมาณ 1 ชั่วโมง โดยมีผู้นำคือ มัคคุเทศก์หมู่บ้าน ซึ่งเป็นเยาวชนหรือชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบ้านหล่อยา ส่วนสินค้าที่ระลึกจากงานฝีมือของชาวบ้านอย่างแท้จริงนั้น ยังต้องการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบ เพื่อพัฒนาปรับปรุงในอันที่จะสร้างประโยชน์ ทั้งที่เป็นความสนใจแก่นักท่องเที่ยว และรายได้แก่ชุมชนให้มากขึ้นในอนาคต

2.4.3 การจัดการการท่องเที่ยว

จุฑามาศ จันทรัตน์ (2544 : 9-11) กล่าวว่า ในการที่การท่องเที่ยวของไทยจะก้าวไปสู่ทศวรรษหน้าอย่างมีมาตรฐานและสามารถแข่งได้ในระดับสากล ผู้บริหารจัดการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรต้องมองการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและตระหนักถึงความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของระบบนี้ เพราะทุกส่วนล้วนมีความสำคัญ และจำเป็นต้องพิจารณา 2 เรื่องหลักต่อไปนี้อย่างถี่ถ้วน คือ

1) ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ซึ่ง Leiper (1979 : 390-407) อธิบายว่า การท่องเที่ยวมิใช่เป็นอุตสาหกรรม แต่หากคือระบบ (ดูแผนภูมิที่ 2.3) เริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลและแรงกระตุ้นแตกต่างกันไป จากนั้น จึงเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยว หน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงตัดสินใจเดินทางออกจากที่อยู่เดิม (Traveller Generating Region) โดยอาศัยการคมนาคมรูปแบบใดรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (Departing Travellers) ไปยังจุดหมายปลายทาง (Tourist Destination Region) ซึ่งได้จัดเตรียมสถานที่พักรูปแบบต่าง ๆ ไว้รองรับนักท่องเที่ยว และ ณ จุดหมายปลายทางแห่งนั้น นักท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ส่วนที่สำคัญคือ การต้อนรับจากเจ้าของบ้าน จะเห็นได้ว่า ประสบการณ์ที่ดีหรือไม่ของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ การให้บริการของหลายองค์กร (Environments) ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องอยู่ในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) แม้ว่าแต่ละองค์กรที่กล่าวมาข้างต้นจะมีบทบาทในการให้บริการที่แตกต่างกันไป ทุกองค์กรล้วนแต่มีส่วนในการรับผิดชอบต่อความพึงพอใจและประสบการณ์ (Customer Satisfaction) โดยรวมของนักท่องเที่ยวด้วยกันทั้งสิ้น



ภาพที่ 2.3 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

ที่มา : จุฑามาศ จันทรัตน์ (2541 : 10)

[Source : Adapted from Leiper (1979 : 404)]

2) ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product(s)) ซึ่ง Leiper (1990) ให้คำตอบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็น "Partial Industrialization" คือ มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่หนึ่ง เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Market activities) โดยนักท่องเที่ยวซื้อบริการจากภาคเอกชน

ส่วนที่สอง ไม่มีการแลกเปลี่ยน ไม่ได้มีไว้เพื่อขาย แต่หากเป็นสาธารณสมบัติ (Public Goods) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คนไทยที่มีความเอื้ออาทร วัฒนธรรมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สิ่งเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของภาคเอกชน และเป็นส่วนหนึ่งซึ่งต้องแบ่งปันและใช้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน (Host community) ซึ่งส่วนนี้ทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการขายสินค้าอื่น ๆ เพราะจะต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน ต้องอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิด การท่องเที่ยวจึงจะนำไปสู่ประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 6) ได้ให้ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้น ยังต้องคำนึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ ในการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของ อบต. และ สต. ด้วยประเด็นของการบริหารและจัดการ 5 ประเด็น คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสำรวจและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 102) ได้นำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่น่าจะเป็นให้ อบต. และ สต. ได้พิจารณาตามความเหมาะสม ว่าน่าจะทำให้มีการบริหารจัดการ อบต. และ สต. ในรูปแบบใดจาก 6 รูปแบบ ต่อไปนี้

1. อบต. หรือ สต. ดำเนินการเอง โดยมีที่ปรึกษาจากภายนอก
2. อบต. หรือ สต. ดำเนินการบริหารและจัดการเองทั้งหมด
3. ดำเนินการโดยมีคณะกรรมการร่วมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
4. ดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์
5. ให้องค์กรประชาชนภายในหมู่บ้านดำเนินการเอง
6. จ้างหรือให้สัมปทานกับบริษัทเอกชนจากภายนอก

จากผลของการศึกษาของมนัส สุวรรณและคณะ สามารถสรุปโดยภาพรวมได้ว่า การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ความรับผิดชอบของ อ.บ.ต. หรือ สต. นั้น ควรดำเนินการโดยรูปแบบที่ 3 คือ โดยคณะกรรมการร่วมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งจะเหมาะสมที่สุด และรองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 ซึ่งดำเนินการโดย อ.บ.ต. หรือ สต. โดยมีที่ปรึกษาจากภายนอกให้ความช่วยเหลือ

Adhikary, M. (1995) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (7's Model) เพื่อปรับใช้กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความผสมผสานกลมกลืนกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งต้องประกอบไปด้วยกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย เช่น บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อที่จะสามารถหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้น

2. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง โครงสร้างในองค์กรซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม เพราะมีโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจที่สำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ในบางประเทศจะมีกระทรวงการท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผู้จัดการและดูแลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว - ทั้งองค์กรการท่องเที่ยวระดับชาติ เจ้าของ

ธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยวของภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งกลุ่มเจ้าของโรงแรมที่พัก ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ โดยแต่ละหน่วยจะทำงานในลักษณะเชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายตัดการที่เหมาะสม เช่น ถ้ามีแนวคิดทางด้านระบบนิเวศ แนวคิดนี้ก็จะสามารถเข้าไปในนโยบายของกระทรวง และสามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้ อย่างไรก็ตาม โดยที่โครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI ด้วย ซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information) เพราะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ที่จะต้องมีผู้มีอำนาจคอยควบคุมดูแลแบ่งหน้าที่รับผิดชอบไปตามลำดับขั้น มีผู้นำ มีผู้นำในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ และที่สำคัญคือการให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวซึ่งควรเริ่มตั้งแต่จุดแรกที่นักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง

3. ระบบ (System) หมายถึง ระบบในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4. บุคลากร (Staff) หมายถึง บุคลากรนับเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินการต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงานรับผิดชอบให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ทำงานดีประสบผลสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ

5. ทักษะ (Skill) หมายถึง ทักษะในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญงานจึงจะดีและมีประสิทธิภาพโดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่างคือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่องาน ความรู้ในงานเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้การทำงานต่างๆ มีประสิทธิภาพ ความรู้ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่รู้ว่าจะทำอะไร แต่ต้องรู้ทุกอย่างว่าคืออะไร ที่ไหน อย่างไร และทำไม รวมทั้งเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ซึ่งความรู้ที่นั่นอาจจะเป็นความรู้ที่เป็นทางการท่องเที่ยวควรจะมีทั้งความรู้และทักษะในงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาคือ เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวต้องการผู้ที่มีความรู้และทักษะเฉพาะทางเป็นพิเศษ

6. รูปแบบ (Style) หมายถึง การรวมกันระหว่าง Staff และ Skill รูปแบบในการดำเนินงานซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันในการจัดการ โดยปกติจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

Top down style เป็นการสั่งการจากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา และ Bottom-up เป็นการร่วมกันในการวางแผน การจัดการได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย จึงมักประสบความสำเร็จในการจัดการ

7. การแบ่งปัน (Share) หมายถึง การแบ่งปันการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็น ความรู้ซึ่งนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์มากมายที่เป็นประโยชน์นับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มจะทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้นำข้อมูลต่างๆ มาวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

สรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวในส่วนซึ่งเป็นการดำเนินงานด้านธุรกิจนั้น การจัดการควรเป็นไปอย่างมีขั้นตอน มีคณะทำงานที่มีประสิทธิภาพ มีกลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ บุคลากร ทักษะ รูปแบบ และการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ได้ประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย เพราะการจัดการที่เป็นไปด้วยดีและมีระบบ จะป้องกันการสับสน ซ้ำซ้อน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการมีสมาธิ สามารถคิดรูปแบบการบริการและกิจกรรมใหม่ๆ ได้มากขึ้น เพื่อกิจการของตนและเพื่อนักท่องเที่ยว แม้ส่วนของ อบต. หรือ สต. ก็มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาลักษณะการทำงานของภาคธุรกิจท่องเที่ยวไว้ด้วยเช่นกัน เพื่อความเข้าใจในธรรมชาติของธุรกิจ สะดวกในการทำงานให้ประสานงานกันสำหรับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของตนให้ก้าวหน้า มั่นคง และยั่งยืนต่อไป

2.4.4 การตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing)

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 3) ได้ให้ความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

นิคม จารุมณี (2536 : 206) กล่าวว่า ในการทำตลาดการท่องเที่ยวนั้น ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ 1) ผลลัพธ์ที่ดี 2) สถานที่ที่ดี 3) เวลาที่เหมาะสม 4) ในราคาที่เหมาะสม และ 5) ในปริมาณที่เหมาะสม ทั้งกล่าวด้วยว่า ผลลัพธ์และบริการทางการท่องเที่ยว นั้น จะต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ความต้องการและความปรารถนาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แต่ในขณะเดียวกัน ก็ต้องตระหนักในฐานะผู้ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตหนึ่งด้วย ด้วยเหตุนี้ ความต้องการของลูกค้าจะต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนที่เป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยทั้งในแง่ของผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมต่าง ๆ

สิ่งที่สำคัญมากในการที่จะช่วยทำให้ตลาดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องใช้หลักส่วนผสมการตลาด (The marketing mix) ที่ต้องผสมกลมกลืนเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (The Four Ps) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนประกอบที่สำคัญต่อไปนี 5 ประการ (Middleton, 1994 : 86) ได้แก่

1.1 ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรม (Distinction, attraction and environment)

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Facilities and service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่างๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

1.3 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการจัดสร้าง บัณฑิตพื้นฐานการผลิต เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ยวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย และการส่งเสริมดูแลจากรัฐบาลในเรื่อง การอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าวแล้ว

1.4 จินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the destination) ความประทับใจหรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝันต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมองที่สามารถได้เห็นได้ฟัง และบันทึกความทรงจำแห่งความประทับใจ เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้วมีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมเยือนอีกบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ

1.5 ราคาที่เสนอผู้บริโภค (Price of the customer) ราคาของผลิตภัณฑ์ หรือ การทางด้านการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว แตกต่างกันไปตามฤดูกาล นอกจากนี้ ราคายังขึ้นอยู่กับการบริการและความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคจะได้รับ

2. ราคา (Price) ราคาของสินค้าและบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยวไม่แน่นอน คงที่มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุด และกิจกรรมซึ่งจัดขึ้น

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด ต้องอาศัยเครื่องมือ ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion tools, Kotler, Bowen and Makens, 1996 : 506 – 507) อันประกอบด้วยส่วนผสม 4 อย่างด้วยกันคือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public relations) และการขายโดยบุคคล (Personel selling) ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้เรียกว่า " ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด " (Promotion mix)

3.1 การโฆษณา (Advertising) การโฆษณา คือ การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องขององค์กรและ หรือ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรไปยังผู้สนใจโดยผ่านสื่อมวลชน (Khan, Olsen and Var, 1993 : 885) ดังนั้นสื่อกลางโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในการโฆษณาต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า การให้บัตรส่งเสริมการขายหรือคูปอง การเสนอเงินคืน การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การให้แถมปีเก็บไว้แลกสินค้า การแข่งขัน และการส่งสลากชิงโชค

3.3 การประชาสัมพันธ์ (Public relations) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสหพันธ์กับหน่วยธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่น ๆ การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.4 การขายโดยบุคคล (Personnel selling) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two – way communication) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรอง ชักถามข้อสงสัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือ การบริการ ข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับ ก็สามารถย้อนกลับถึงหน่วยผลิต โดยผ่านการขายโดยบุคคล

4. สถานที่ (Place) หรือ ช่องทางการจำหน่าย (Distribution) ในที่นี้ หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึง ระบบการจอง

โดยทางจดหมาย โทรศัพท์หรือระบบการสื่อสารอื่น ๆ

สรุปได้ว่า ในด้านการตลาดท่องเที่ยว นั้น สิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว อาจมีความสำคัญน้อยสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ราคาอาจขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวและชาวบ้านได้รับจากบริการนำเที่ยว ราคาอาจสูงกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน เพราะรายได้จากบริการต้องนำกลับไปฟื้นฟู รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย อาจเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การส่งเสริมการขาย กลับไม่มีความจำเป็นต้องใช้วิธีการดังกล่าวแล้ว ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะเน้นการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เป็นเป้าหมายหลัก

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 12) กล่าวถึง ลักษณะของการตลาดบริการ ว่า เป็นตลาดที่ผู้ผลิตมุ่งจัดหาสินค้าและกิจการบริการที่ให้ผลประโยชน์ ตอบสนองความต้องการและความพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด โดยลักษณะเฉพาะของการบริการมีดังนี้ 1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การซื้อบริการจึงเป็นการซื้อด้วยความรู้สึก และความคาดหวัง 2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการ (ผู้ขาย) และผู้รับบริการ (ผู้ซื้อ) 3) มีความหลากหลาย (Heterogeneity) 4) มีลักษณะสูญเปล่าไม่สามารถเก็บสะสมไว้ได้ไม่คงทน (Perishability) การบริการที่เตรียมไว้เก็บรอไว้ไม่ได้ถ้าลูกค้าไม่มาและถ้าไม่มีลูกค้ารายอื่นมาใช้บริการทดแทน การบริการนั้นจึงสูญเปล่า

นอกจากนี้ ได้กล่าวเสริมถึงลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดหรือตัวต่อตัว จะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยว จึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไป
2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง
3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ
4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใดๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหาลูกจ้างอยู่เสมอ

จากแนวคิดด้านตลาดบริการ พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นสินค้าประเภทบริการซึ่งต้องอาศัยความมีใจรักเป็นทุนในการทำงานอาศัยคุณลักษณะนิสัยส่วนตัวของผู้ให้บริการ มา

ผนวกกับหลักการในการบริการ โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมที่ บ้านหล่อซากีเช่นกัน จึงมีความจำเป็นที่น้ำจะต้องสรรหาผู้ที่มีคุณลักษณะของนักบริการ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่มีแนวโน้มว่าจะมาเที่ยวชมหมู่บ้านมากขึ้น อันเป็นผลจากวิธีการต่าง ๆ ด้านการตลาด โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ หากคุณภาพในการบริการของชุมชนซึ่งเป็นสินค้าไม่สอดคล้องกับการจัดการด้านการตลาดแล้ว ผลที่ได้จากกลีบกลายเป็นผลลบต่อชุมชนบ้านหล่อซากีหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ไปอย่างน่าเสียดายก็ได้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยว

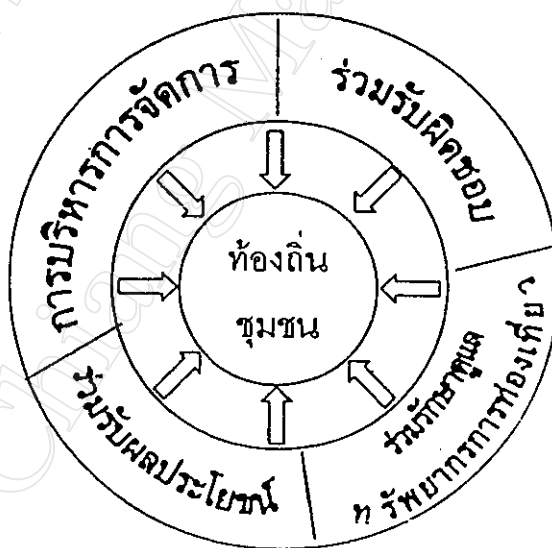
ในปัจจุบันนี้ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในทุกวงการว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หรือ ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และจะขาดเสียไปไม่ได้ในการดำเนินงานและพัฒนากิจกรรมและโครงการต่าง ๆ โดยเฉพาะสำหรับประชาชน และชุมชนในชนบท ไม่เว้นแม้แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เจมส์ คีตส์ ปิ่นทอง (2528 : 22) ได้แยกแยะขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของชาวชนบท 2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เป็นขั้นตอนต่อไปที่ขาดไม่ได้ 3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติ 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน เพราะถ้าหากการติดตามงานและการประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมของชาวชนบท แต่การดำเนินงานโดยบุคคลภายนอก ชาวชนบทย่อมจะไม่ได้ประเมินตนเองว่างานที่ทำไปนั้นได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างใด การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันในโอกาสต่อไป จึงอาจเกิดปัญหาได้

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544 : 209) กล่าวว่า การวางแผน การพัฒนา และการบริหารที่จะให้เกิดความยั่งยืน จะต้องเริ่มต้นและมีรากฐานบนความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยการกระตุ้นให้ชุมชนและผู้บริหารการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค้นหาประวัติศาสตร์ ตำนาน ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นเสียก่อน จนเกิดความเข้าใจอันถ่องแท้เกี่ยวกับความเป็นมาของท้องถิ่น ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นนี้ จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรู้ที่เกิดขึ้นยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว หรือเป็นที่มาของคำโฆษณา (advertising cliché) ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำถิ่น (mascot) ดอกไม้ต้นไม้ประจำเมือง ดังนั้น ชุมชนและผู้บริหารท้องถิ่นที่มีความพร้อมและมีความเข้าใจในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ยั่งยืนได้ ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นที่แน่นแฟ้น ยังสามารถตอบสนองความต้องการ

ทางปัญญาและจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นความต้องการที่ละเอียดอ่อนและมีคุณค่า (และอาจจะรวมมูลค่าสูง) ด้วย แหล่งความรู้เหล่านั้น ยังเป็นที่มาของการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวได้อีกด้วย หากความคิดนี้เป็นที่ยอมรับ วิธีการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวต้องเริ่มที่การเตรียมความพร้อมของชุมชนและความพร้อมด้านความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ก่อนที่จะมาเปิดตลาดการท่องเที่ยว

ภักดี รัตนผล (2544 : 4-6) กล่าวถึงแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ที่เกี่ยวข้องกับกระแสการท่องเที่ยวของโลกในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเฉพาะกระแสการพัฒนาคนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันต่อการปรับเปลี่ยนแนวคิด และวิธีการจัดการการท่องเที่ยวไปสู่การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น ชุมชน และภาคเอกชน ให้เกิดความเหมาะสม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งขอบเขต ภารกิจ และวิธีการดำเนินการ เริ่มจากต้องให้ชุมชนและท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วม นับตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมดูแลรักษา และร่วมรับประโยชน์ ในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง (ดังภาพที่ 2.4)



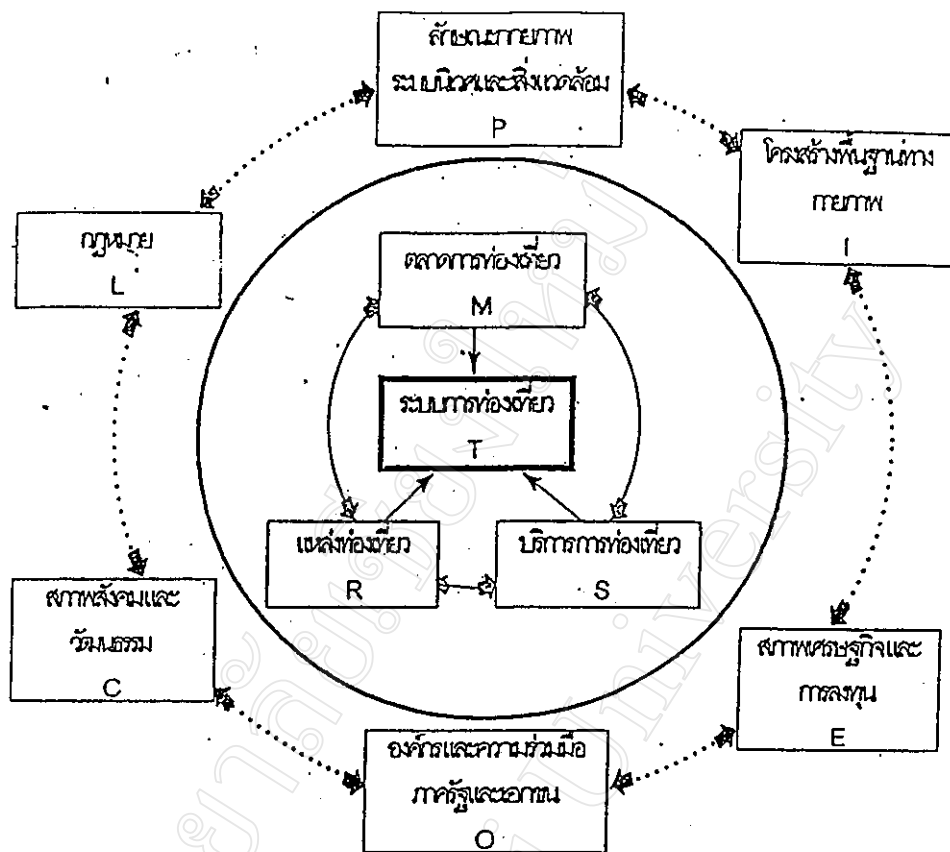
ภาพที่ 2.4 แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่มา : ภักดี รัตนผล : 2544 : 4

นอกจากนี้ ภักดี รัตนผล กล่าวเสริมถึงบทบาทการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับท้องถิ่นและชุมชนต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) (ดังภาพที่ 2.5) ว่า

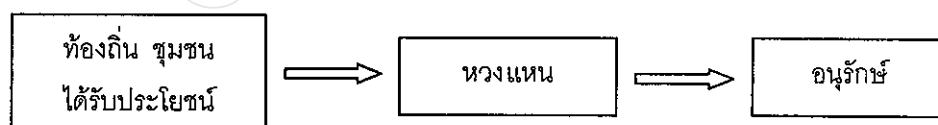
มีปัจจัยสำคัญที่เป็นข้อพิจารณา คือ 1) แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว 2) ตลาดการท่องเที่ยว และ 3) บริการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ส่วนนี้ ยังจะต้องสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องและพิจารณาร่วมกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ และสังคม องค์การและการมีส่วนร่วมของรัฐและเอกชน และระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในทิศทางปัจจุบันและอนาคต ควรเป็นไปในลักษณะที่ภาครัฐเป็นหน่วยงานสนับสนุน โดยท้องถิ่น ชุมชน และภาคเอกชนเป็นหน่วยดำเนินการบริหารจัดการภายใต้วัตถุประสงค์ร่วม คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเหตุผลสนับสนุนใน 4 ประการ คือ

1. ตามข้อบัญญัติรัฐธรรมนูญ ในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และความรู้สึกในความเป็นเจ้าของต่อการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น และชุมชน
3. จากข้อกำหนดและแนวทางในการกระจายอำนาจในการจัดการ งบประมาณ และการคลัง จากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคลงสู่ท้องถิ่น อันจะส่งผลให้ท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอที่จะดึงดูดและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง
4. จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏว่า คนในท้องถิ่นจะมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวของเขาเองมากกว่าคนอื่น



ภาพที่ 2.5 แสดงระบบการท่องเที่ยว (และการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ กับท้องถิ่นและชุมชน ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน)
ที่มา : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) 2540

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่นและชุมชน ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดและประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และประการสำคัญ ทำให้ชุมชนและท้องถิ่น มีความรับผิดชอบและมีความรัก ห่วงแหนในทรัพยากรธรรมชาติที่เขามีอยู่ (ดูภาพที่ 2.6)



ภาพที่ 2.6 แสดงการสร้างรายได้ของชุมชนส่งผลต่อการอนุรักษ์
ที่มา : ภัคดี รัตนผล : 2544 :8

ภัคดี รัตนผล (2544 : 11) กล่าวเสริมว่า จากกระแสการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม องค์การที่เหมาะสมที่สุดจะเป็นผู้บริหารจัดการเองคือ ชุมชน และ

องค์กรปกครองท้องถิ่นระดับล่างสุด คือ องค์การบริหารส่วนตำบล เนื่องจากเป็นเจ้าของพื้นที่ เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความผูกพันแนบแน่นกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของตนมาตั้งแต่เกิดจนตาย กล่าวอีกนัยหนึ่ง ในแต่ละชุมชนมีพลังทางสังคมเป็นพลังต้นทุน และมีพลังทางธรรมชาติอยู่เป็นพื้นฐานหรือต้นทุนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองอยู่ในตัว ซึ่งอาจสรุปเป็นตัวแบบ (paradigm) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แสดงพลังต้นทุนของชุมชน (ดังภาพที่ 2.7) พร้อมการอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งได้แก่ กลุ่มต่างๆ 3 ลักษณะ

1.1 กลุ่มซึ่งรวมตัวกันตามธรรมชาติ เช่น กลุ่มผู้นำทางธรรมชาติ กลุ่มอาวุโส เป็นต้น

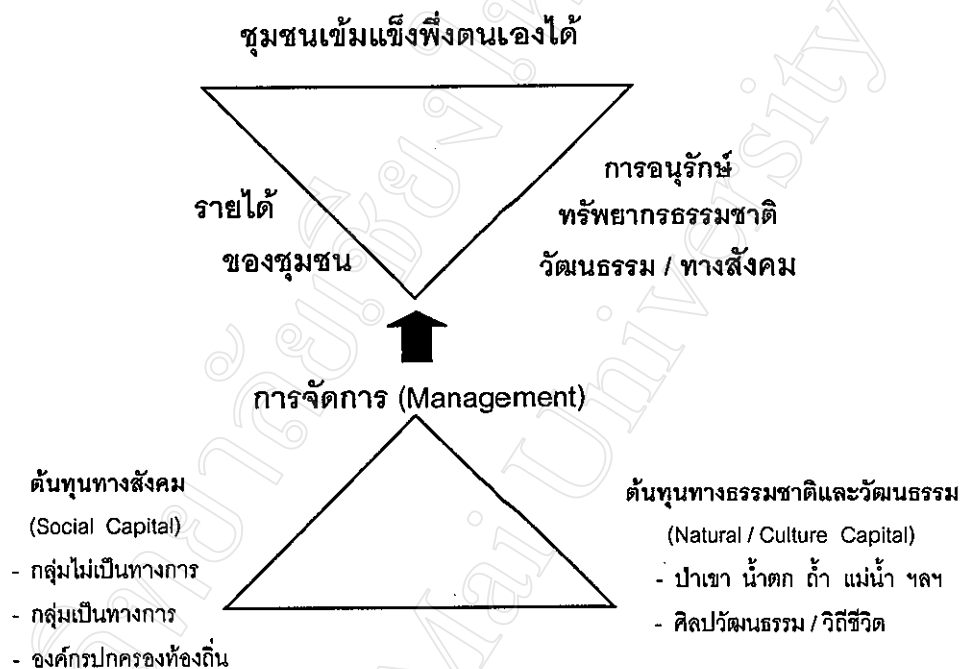
1.2 กลุ่มที่รวมตัวกันเพื่อร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน มีระเบียบ กฎเกณฑ์ของกลุ่ม เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มทอผ้า กลุ่มผลิตสินค้าหัตถกรรม กลุ่มแพทย์แผนไทย เป็นต้น

1.3 กลุ่มองค์กรปกครองท้องถิ่น (Local authority) คือ องค์กรที่มาจากการเลือกตั้ง มีงบประมาณของตนเอง ส่วนหนึ่งถือได้ว่าเป็นองค์กรประชาธิปไตยพื้นฐานของประเทศ

2. ต้นทุนทางธรรมชาติ และต้นทุนทางวัฒนธรรม

ป่าเขา ลำเนาไพร น้ำตก แม่น้ำ ถ้ำ น้ำพุร้อน ไร่นา ภูเขา ปะการัง ทะเล ล้วนแล้วแต่เป็นต้นทุนทางธรรมชาติของการท่องเที่ยว หรือ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ต้องสร้างขึ้นใหม่ เพียงแต่รู้จักการใช้ที่ถูกต้อง ไม่ทำลาย รู้จักบูรณะ ฟื้นฟูเมื่อสึกหรอ หรือเสื่อมโทรมลงเท่านั้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในแต่ละชุมชนชนบท มีต้นทุนที่สำคัญ 2 ประการดังกล่าวเป็น "ทุนเดิม" แต่สิ่งที่จะเชื่อมพลังหรือต้นทุนทั้งสองนี้ คือ การจัดการ (Management) ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้พลังทางสังคม พลังทางธรรมชาติถูกใช้อย่างเหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยว และจะส่งผลให้ชุมชนรายได้ของตนเอง เพียงพอที่จะไม่ต้องพึ่งพาสังคมภายนอก กลายเป็นชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเอง และที่สำคัญยิ่งคือ ผลพลอยได้ที่จะทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิมมีความยั่งยืนตลอดไป



ภาพที่ 2.7 แสดงตัวแบบ (paradigm) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
โดยพลักต้นทุนของชุมชน
ที่มา : ภักดี รัตนผล : 2544 : 11

ไตรรัตน์ สุนทรประภัสร์ (2543 : 6) ได้เสนอแนะจากการได้ไปร่วมงาน “ทุ่งทานตะวันบาน” ที่จังหวัดลพบุรี ว่า “การท่องเที่ยวนับจากนี้ไปถึงเวลาแล้วที่ต้องประสานความร่วมมือด้านชุมชน เอกชน กับ ภาครัฐในการมีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีความสนใจพิเศษ และสามารถกระทำได้ใน 4 แนวทาง คือว่า

1. “ชุมชน – รัฐ” เป็นการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน และรัฐให้การสนับสนุน ข้อดีของแนวทางนี้ คือ ก่อให้เกิดการกระจายผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมต่อชุมชน เพราะเป็นการประกอบการของชุมชนโดยตรง

2. “เอกชน – ชุมชน” การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจเอกชนและชุมชน จุดเด่นของแนวทางนี้คือ การพยายามผสานประโยชน์ที่เหมาะสมของทั้งสอง

ฝ่าย นั่นคือ ผู้ประกอบการได้ผลตอบแทนในการประกอบการที่สามารถสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น ในขณะที่ชุมชนซึ่งมีบทบาทในการช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวก็ได้อะไรแบ่งในผลตอบแทนนั้นด้วย

3. “เอกชน – รัฐ” เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นในระดับประเทศหรือระดับเมือง โดยรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลท้องถิ่นร่วมมือกับผู้ประกอบการในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4. “รัฐ – ชุมชน – เอกชน” เป็นแนวทางที่ให้ทั้งภาครัฐ ชุมชนและเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญในการพัฒนาของแนวทางนี้ก็คือ การสร้างความเห็นพ้องต้องกันของทั้ง 3 ส่วน โดยชุมชนควรมีโอกาสในการกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของเขาเอง เพื่อให้เกิดการกระจายผลตอบแทนที่เป็นธรรมและเกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่รัฐ และเอกชนให้การสนับสนุนการบริการที่ชุมชนไม่สามารถให้บริการเองได้”

นำชัย หนูผล (2545 : 48) กล่าวว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งอยู่บนฐานคติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น การจะพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นฐานเศรษฐกิจของชุมชนในระยะยาวได้ จำต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านเป็นหลัก รูปแบบของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงต้องเป็นรูปแบบของความร่วมมือกัน (cooperation) ของคนในชุมชน หรือการสร้างพลังอำนาจ (empowerment)

Ziffer (1999 : 30-31) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องดำเนินบนพื้นฐานของแนวทาง 5 ประการ คือ

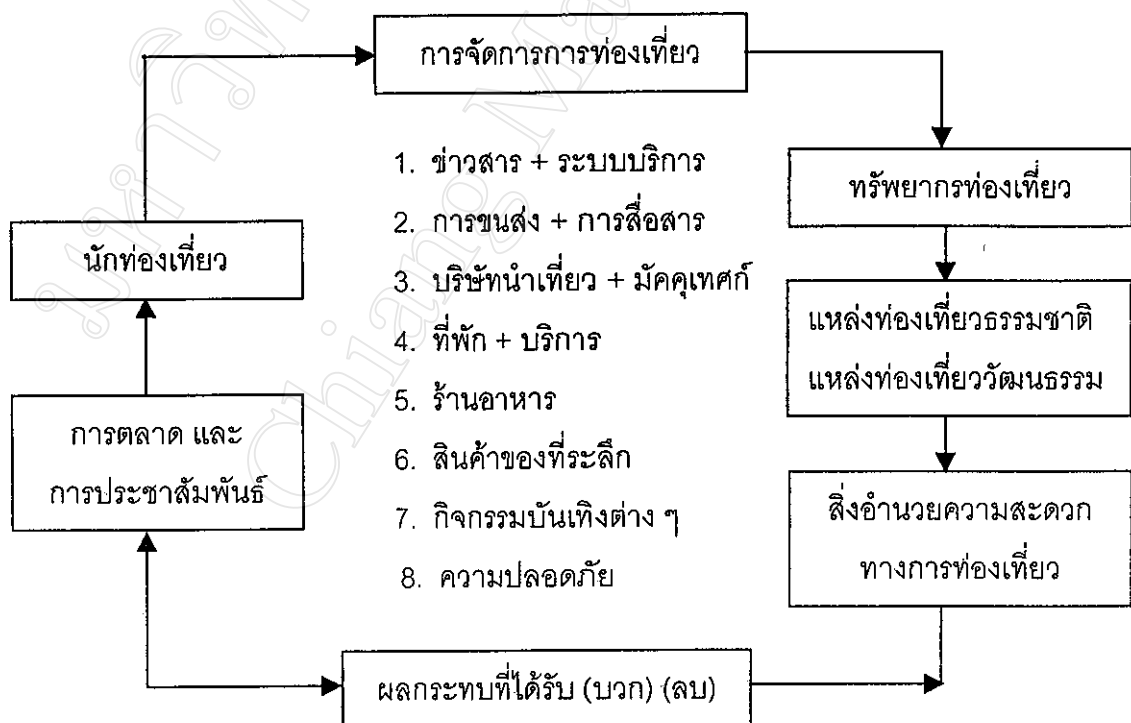
- 1) ต้องเกิดจากการบูรณาการบนความร่วมมือของบุคคลทุกฝ่าย
- 2) การวางแผนโครงการต้องมีความระมัดระวังและเป็นการดำเนินการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป
- 3) ต้องมีการให้การศึกษาและฝึกอบรมแก่บุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 4) แผนงานและโครงการต้องได้รับความเห็นชอบจากชุมชนท้องถิ่น
- 6) ควรมีการติดตามและประเมินผลดำเนินงานทุกระยะ

ภิญญ แสงแก้ว (2545 : 33) สรุปข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยว ขององค์การการท่องเที่ยวโลก ซึ่งได้เข้ามาศึกษาและให้คำปรึกษากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่า

- 1) เปลี่ยนวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนจากการพักในชุมชน (homestay) มาเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยทั่วไป โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม

- 2) ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักแรมใหม่ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ให้มากที่สุด
- 3) ควรมีมัคคุเทศก์นำอธิบาย เมื่อนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านหรือสวนเกษตรของชุมชน
- 4) ส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นในการเดินป่าให้มากที่สุด
- 5) พัฒนาโครงการพัฒนาการทำธุรกิจท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้เกิดขึ้นโดยการริเริ่มของท้องถิ่น

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544 ก.: 4-6) กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบทว่า ต้องมองในภาพรวมภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เป็นวงจร แต่ละส่วนมีผลกระทบต่อกันและกัน องค์ประกอบของการจัดการ การบริการ การท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญและสัมพันธ์กันเป็นวงจรของแต่ละส่วน ซึ่งต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพราะแต่ละส่วนมีผลกระทบต่อกัน โดยอธิบายสรุปได้ดังนี้ (ดูภาพที่ 2.8)



แผนภูมิที่ 2.8 แสดงภาพรวมขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา : จำไพพรรณ แก้วสุริยะ : 2544: 5

1. ข่าวสารและการบริการ ข้อมูลต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรรู้ก่อนเดินทาง ควรมีการจัดการให้พร้อม แจ้งราคาค่าบริการชัดเจน อาจทำเป็นแผ่นปลิว เอกสารแผ่นพับ แคตตาล็อก (ตามแต่งบประมาณดำเนินการ) เผยแพร่ให้กว้างขวาง ตลอดจนการตอบข้อมูลทางโทรศัพท์ที่สอบถามต้องชัดเจน

2. การขนส่งและการสื่อสาร การบริการเดินทางสู่หมู่บ้าน ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงของยานพาหนะ ควรแจ้งกำหนดการเดินทางและค่าบริการเป็นราคาเดียวกัน ชัดเจน มีป้ายแจ้งข่าวการบริการไว้ที่สถานที่จอดรถ หรือท่าเรือ หากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงที่จอดรถสะดวก ค่าบริการจอดมีหรือไม่ต้องชัดเจน ส่วนการสื่อสารหมายถึง ระบบการโทรศัพท์ ระบบการสั่งจอง ควรทันสมัยตามกระแสโลก (E-mail, E-Commerce, E-Tourist) รวมถึงการบริการจัดส่งทางพัสดุในระบบต่าง ๆ ด้วย

3. การนำชมสถานที่ และ การจัดการบริการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่

- การจัดเส้นทางเดินชมในหมู่บ้าน เส้นทางนั้นอาจเป็นเส้นทางที่ขั้บรถชม ที่จักรยานชมหรือเดินชม หรือพายเรือตามคลองเล็ก ๆ ตามแต่ลักษณะการเดินทางและเวลาของนักท่องเที่ยว เส้นทางชมอาจจัดการเดินทางแบบเป็นวงรอบหรือวงกลมก็ได้
- ควรมีมัคคุเทศก์ที่รอบรู้นำชม อาจเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ต้องสามารถใช้ภาษาการสื่อสารได้ชัดเจน รอบรู้

- ดูแลรักษาหมู่บ้านให้สะอาดและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม หากมีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมในหมู่บ้านเพื่อสร้างงานบริการเพิ่มขึ้น ต้องแจ้งรายการและราคาค่าบริการให้ชัดเจน

- เพื่อความสะดวกในการเดินทาง ควรทำป้ายชี้ทาง (ถ้ามีความพร้อม บางแห่งอาจทำป้ายสื่อความหมาย อธิบายถึงสิ่งนั้น ๆ อย่างสั้นๆ) บางแห่งทำหนังสือคู่มือนำชมหมู่บ้านจำหน่ายได้ด้วย

- สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ควรจัดบริการห้องสุขา (สะอาด) ไว้ด้วย

- กรณีที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศไปเที่ยวกันมาก ควรจัดให้มีระบบการแลกเงินตรา หรือบริการใช้บัตรเครดิตได้

4. ที่ท้องถิ่นใดมีบริการที่พัก อาจเป็นโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์หรือโฮมสเตย์ ต้องสะอาดได้ระดับมาตรฐานการบริการสากลของการบริการในที่พัคดี

5. การจัดทำอาหาร ต้องสะอาด คำนึงถึงสุขอนามัยและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว

เที่ยวราคาชัดเจน ควรมีการจัดระบบรักษาสีสิ่งแวดล้อม มีระบบการดักไขมัน การจัดการขยะ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

6. การจัดทำสินค้าของที่ระลึก ต้องคำนึงถึงควมมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น อาจปรับปรุงรูปแบบ สีล้น ตามรสนิยมของตลาด ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะอาด (Green and Clean Product) ผลิตภัณฑ์ที่มีระบบการจัดการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน มีการแจ้งราคาชัดเจน ควรสร้างมาตรฐานสินค้าให้ได้ระดับสากล ทั้งควรมีการกำหนดราคาสินค้าให้ชัดเจน การบรรจุหีบห่อเพื่อสะดวกในการถือ การหอบหิ้ว

7. กิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ หากเป็นกิจกรรมในหมู่บ้าน ควรคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิม ทั้งควรมีการจัดการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อความบันเทิงและการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น อันเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งกันและกัน

8. การรักษาความปลอดภัย จะต้องมีการจัดการอย่างมีระบบ คำนึงถึงหลักการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ทั้งนี้ ยังกล่าวแนะถึงการที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวในหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี และใช้เวลาเที่ยวในพื้นที่นาน ๆ เพื่อการใช้จ่ายเงินมากขึ้นว่า คณะกรรมการหมู่บ้านและชุมชนในหมู่บ้านที่รับผิดชอบเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกันคิด ร่วมวางแผนและร่วมกันจัดการในทุก ๆ อย่าง ซึ่งควรจะมีวิธีการดังนี้

1. หมั่นประชุม เพื่อประเมินผลการจัดการ ค้นหาเหตุของปัญหา จุดอ่อนต่าง ๆ เพื่อร่วมกันปรับปรุงให้มีเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิม เพิ่มคุณภาพบริการ อำนวยความสะดวกให้มากขึ้นในระดับสากล บางครั้งต้องติดต่อขอให้ที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษา รับผิดชอบการให้ความรู้ด้านการพัฒนาท้องถิ่น เป็นคณะทำงานร่วมอีกคณะหนึ่ง

2. พิจารณามุคผลในหมู่บ้านว่า มีความสามารถในการให้บริการในระดับใด หากยังมีจุดอ่อนเช่น ความรู้ความสามารถในการอธิบาย ในการจัดทำงาน จำเป็นต้องให้ความรู้เพิ่มเติม อาจเป็นการจัดอบรมให้ความรู้ในหมู่บ้าน หรือให้ทุนการศึกษาไปดูงานเพื่อนำตัวอย่างแบบอย่างมาจัดการ หรือพิจารณาให้ทุนการศึกษาเจ้าหน้าที่ในหมู่บ้านเข้ารับการศึกษาดูงานเพิ่มเติมที่สถาบันการศึกษาในพื้นที่

3. พิจารณาจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนการตลาด การโฆษณา ให้ข้อมูลข่าวสารกระจายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชน ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค นานาชาติ ทุกระดับ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเที่ยวและการตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นั้น ต้องคำนึงถึงขีดความ

สามารถในการรองรับของพื้นที่และการบริการด้วย

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544-2545) ได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในคอลัมน์ “แหล่งท่องเที่ยวพิเศษ” ของ อนุสาร อ.ส.ท. หลายฉบับ พอสรุปความได้ดังต่อไปนี้

“บทบาทและพันธกิจของชุมชน (ประชาคม) ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว” (2545 จ : 45) ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการหรือการพัฒนา ต้องรวมพลังจากประชาชนทุกคนจัดตั้งกลุ่ม ชุมชน หรือองค์กรชุมชน หรือประชาคมให้ได้ คือ ทุกครัวเรือนในหมู่บ้านอาจรวมกันสองสามหมู่บ้าน ประชุมปรึกษาหารือตั้งผู้แทนกลุ่มของตนเพื่อรับผิดชอบพันธกิจ (กิจการงานที่ผูกพันอยู่กับตัวเรา) กิจกรรมใดๆทั้งการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาด้านต่างๆ ในพื้นที่ที่ ประชาชนทุกคนร่วมเป็นเจ้าของที่เป็นมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม ทุกคนเป็นผู้มีส่วนได้ประโยชน์และสูญเสียผลประโยชน์ (Stakeholder) จึงควรร่วมกันจัดตั้งผู้แทนกลุ่มของท่านโดยลงมติแต่งตั้ง คณะทำงานหนึ่งชุดประกอบด้วย

- ประธานกลุ่ม
- รองประธาน กับผู้ร่วมคณะอีก ๓ หรือ ๕ คน เพื่อให้เป็นเลขที่สำหรับลงมติ

ในที่ประชุม จะได้ไม่มีเสียงข้างที่มากไม่เสมอกัน

- เลขานุการ ทำหน้าที่บันทึกการประชุมและงานจัดทำเอกสารทั้งหมด
- ปฏิคม หรือผู้ประสานงาน หรือประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ติดต่อกับเครือข่าย หรือ หน่วยงานอื่นๆ และหน้าที่ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่กลุ่มรับผิดชอบเป็นเจ้าของด้วย
- เภรัญญิก หรือสมุห์บัญชี หรือเจ้าหน้าที่การเงิน รับผิดชอบด้านการทำบัญชี และระบบการเงินทั้งหมด

ผู้ร่วมคณะทำงานให้กับประธานและรองประธานทั้ง 3 หน้าที่นี้ อาจตั้งผู้ช่วยร่วมกันทำงานอีกได้ โดยคณะงานชุดนี้มีอายุการทำงานอยู่ ๒ ปี จึงเลือกตั้งกันใหม่ หากได้รับเลือกตั้งเข้าใหม่ซ้ำอีกครั้ง ทำงานอีก ๒ ปี ในครั้งต่อไป คณะทำงานนี้จะต้องหมดสิทธิ์ทำหน้าที่ คล้ายกับการตั้งชมรมหรือสมาคม ควรมีการกระจายหน้าที่ แบ่งงานรับผิดชอบกันด้วย เมื่อจัดตั้งผู้แทนกลุ่มได้แล้ว อาจตั้งชื่อกลุ่มให้จำได้ง่าย ซึ่งคณะทำงานกลุ่มนี้ ทางราชการ เรียกว่ากลุ่มชุมชน หรือ องค์กรชุมชน มีพันธกิจดูแลส่วนที่ได้ผลประโยชน์ของชุมชน

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ กล่าวต่อด้วยว่า เพื่อให้การจัดการหรือพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกัน ชุมชนสามารถจัดการได้ดังต่อไปนี้

1. ร่วมพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ขึ้นอยู่กับการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ ต้องไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ไม่เกิดมลพิษ ไม่เกิดผลเสียต่อวัฒนธรรม

รักษาความเป็นอัตลักษณ์ (ความเป็นเผ่าพันธุ์ดั้งเดิม) ไว้ได้ แม้วิถีชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่คุณภาพชีวิตของคนในหมู่บ้านต้องดีขึ้น

2. ร่วมกำหนดแผนงานและกฎระเบียบ ผู้เป็นประธานกลุ่มแต่ละองค์กรจะต้องร่วมเข้าประชุมกับคณะกรรมการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อร่วมจัดทำแผนพัฒนา

3. ร่วมบริหารจัดการ องค์กรชุมชนอยู่ในฐานะเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ทั้งในทางตรงและทางอ้อม

4. ร่วมประเมินผลการแก้ปัญหา ต้องร่วมกันประเมินผลร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในด้านของ "การจัดระบบบัญชีของชุมชน" จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545 ช : 116) ได้กล่าวไว้ว่า หน้าที่และภารกิจของคณะกรรมการบริหารองค์กรชุมชนที่สำคัญที่สุดก็คือ การจัดระบบการเงินขององค์กรชุมชน ผู้ที่รับผิดชอบในตำแหน่ง เภรัญญิก หรือสมุห์บัญชี จะต้องทำงานอย่างโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลให้ชุมชนทราบได้ เมื่อกำหนดบุคคล กำหนดหน้าที่แล้ว เภรัญญิก อาจมีผู้ช่วยทำงานอีกตำแหน่งหนึ่ง โดยมีขั้นตอนของการทำงาน ดังนี้

ภารกิจแรก คือ กำหนดระบบระเบียบ การรับเงิน การจ่ายเงิน ขององค์กรชุมชนให้ทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ต้องมีวินัยทางการเงิน

ภารกิจต่อไป คือ การรายงานผลทางการเงินให้คณะกรรมการและชุมชนทราบ ทุก 6 เดือน และสิ้นปี ระเบียบการเงิน การจ่ายเงิน ทุกครั้งที่คณะกรรมการ หรือประชาชนสมาชิกของชุมชนมาติดต่อเรื่องรับเงิน หรือจ่ายเงิน ต้องมีใบเสร็จรับเงิน หรือหลักฐานการจ่ายเงินกำกับเป็นหลักฐาน

การรายงานสถานภาพทางการเงินให้คณะกรรมการ และ สมาชิกทราบอย่างโปร่งใส ผู้รับผิดชอบเรื่องการเงิน เภรัญญิก หรือสมุห์บัญชี จะต้องทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และดุลการเงินให้ทราบตามวาระที่แจ้งประชุม โดยรายงานได้อย่างโปร่งใส

การทำบัญชีรับ - จ่าย จัดทำบัญชีรับเงินจ่ายเงินได้อย่างง่ายๆ โดยบันทึกลงสมุดไว้

ส่วนเรื่อง "รายได้ รายจ่าย ระบบบัญชีของชุมชน" จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545 ช : 122-123) ได้ธิบายว่า เพื่อการทำงานที่สะดวกและโปร่งใส นั้น เภรัญญิกหรือสมุห์บัญชีของชุมชน ต้องมีระบบการทำงานของตนเองอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก การจ่ายเงิน การรับเงินทุกครั้งต้องมีใบสำคัญการรับเงิน ใบสำคัญการจ่ายเงิน ผู้ลงนามรับเงินและจ่ายเงินไว้

เป็นหลักฐานสำแดงได้ บางชุมชนเขาวางระเบียบว่า ผู้จ่ายเงินจะต้องมีลายมือชื่อของประธาน และเจ้าหน้าที่การเงินกำกับด้วย

รายรับ รายจ่ายขององค์กรชุมชนมีหลายทาง ดังนี้

การรับเงิน หรือ รายได้ของชุมชน

คณะกรรมการบริหารชุมชนจะต้องสร้างระเบียบการบริหารชุมชนที่อยู่ภายใต้การบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาลตำบล อบต.) การออกระเบียบต่างๆ ต้องสอดคล้องกับระเบียบของเทศบาล หรือ อบต.

1. การรับบริจาคต่างๆ

เงินที่ได้จากการให้ การบริจาค ทั้งจากคณะกรรมการชุมชนมอบให้เป็นส่วนตัว บุคคลภายนอก หรือ องค์กรต่างๆ มอบให้ก็ดี เจ้าหน้าที่การเงินจะต้องออกใบรับเงิน และลงบัญชีรายรับเป็นหลักฐานทุกครั้ง

2. การเก็บรายได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจท่องเที่ยวสาขาต่างๆ

เงินรายได้ส่วนนี้เรียกว่า ค่าบำรุง ค่าธรรมเนียม เป็นรายได้ ที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสาขาต่างๆ ตามมติที่ประชุม ตกลงกันว่า ควรเรียกเก็บจากผู้เข้าไปรับจ้างประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวของชุมชนโดยคิดเป็นร้อยละ อาจเป็นร้อยละ 2 ถึง 3 หรือจำนวนเงิน 3-5 บาทต่อครั้ง

ค่าบำรุงหรือค่าธรรมเนียมนี้ เป็นคนละส่วนกับการจัดเก็บของ อ.บ.ต. ตามระเบียบการปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นระเบียบของที่ประชุม เป็นมติของชุมชน

รายได้ทั้งสองประเภทที่กล่าวมานี้ ถือเป็นเงินกองกลาง ที่คณะกรรมการชุมชนสามารถนำไปใช้จ่ายในการบริหารชุมชน ตามระเบียบ ตามมติที่ประชุม เช่น

- ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปร่วมประชุมกับเครือข่าย
- ค่าใช้จ่ายการต้อนรับผู้มาเยือนชุมชน
- ค่าจ้างแรงงานลูกจ้างที่ทำงานให้ชุมชน
- ค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆ

3. เงินอุดหนุนที่ อ.บ.ต. จัดสรรให้ (โดยการเขียนโครงการ)

4. เงินอุดหนุนที่ส่วนราชการจัดสรรให้ (โดยการเขียนโครงการ)

5. เงินอุดหนุนจากองค์กรการพัฒนาเอกชน (โดยการเขียนโครงการ)

รายจ่ายของชุมชน

1. จ่ายตามระเบียบ ข้อกำหนดที่ตกลงกันได้ (เป็นค่าจ้าง ค่าบำรุง ค่าธรรมเนียม)

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย.....

รายจ่ายอันเป็นภาระของชุมชนมีหลายประการ เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าบำรุงสมาชิกที่ชุมชนสมัครเป็นสมาชิก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปประชุมกับเครือข่าย การใช้จ่ายการต้อนรับคณะที่มาเยี่ยมชม ดูงานพื้นที่ ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น

คณะกรรมการบริหารชุมชน จะต้องมีการระเบียบข้อบังคับการจ่ายเงินตามมติที่ประชุม เพื่อเจ้าหน้าที่การเงินจะได้ปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

2. จ่ายเพื่อพัฒนาตามโครงการที่ได้จัดตั้งและมติที่ประชุม

ผู้ที่รับผิดชอบโครงการต่างๆ ที่ได้รับเงินอุดหนุนจะต้องทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่การเงิน เพื่อดูแลการใช้จ่ายเงินที่ได้รับจากงบประมาณ เพื่อให้เจ้าหน้าที่การเงินได้รายงานต่อสาธารณชน ชุมชนได้อย่างโปร่งใส ชัดเจน

3. จ่ายตามโอกาสพิเศษ (ตามมติที่ประชุม)

ภารกิจของคณะกรรมการบริหารชุมชน อาจมีความจำเป็นที่จะต้องจ่ายเงินบริจาคบ้าง เงินช่วยเหลือยามฉุกเฉินบ้าง จะต้องนำเสนอขอจากมติที่ประชุม เพื่อแสดงความโปร่งใสต่อการใช้จ่าย

4. จ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาตามแผน (ส่งเสริมการตลาด)

ภารกิจการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาสินค้าต่างๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าของที่ระลึกในชุมชน มีความจำเป็นที่จะต้องประสานกับสภากา (เทศบาลตำบล อ.บ.ต.) เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนและนักท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่

5. จ่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน

การเสริมสร้างศักยภาพให้กับชุมชน การอบรม การเดินทางดูงาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ ความพร้อมต่อการบริการนักท่องเที่ยวในระดับชาติและระดับนานาชาตินั้น จะต้องให้ความรู้ต่อชุมชนแต่ละแผนก แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อการบริการต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้บริหารชุมชนจะต้องมองหาวิทยากรผู้ทรงความรู้สาขาต่างๆ หรือต้องออกไปฝึกอบรมกันภายนอกชุมชน

- การจัดฝึกอบรม การเดินทางดูงาน ต้องมีค่าใช้จ่ายซึ่งคณะกรรมการบริหารชุมชนจะต้องรับผิดชอบด้วย

- การจ่ายเงินเป็นไปตามมติของคณะกรรมการ

- การจ่ายเงินของชุมชนนั้น เจ้าหน้าที่การเงินจะต้องจัดทำบัญชี โดยแยกประเภทไว้ เพื่อสะดวกในการรายงานผลตามมติที่ประชุมได้อย่างโปร่งใส

- การจ่ายเงินเป็นไปตามมติของคณะกรรมการ
- การจ่ายเงินของชุมชนนั้น เจ้าหน้าที่การเงินจะต้องจัดทำบัญชี โดยแยกประเภทไว้ เพื่อสะดวกในการรายงานผลตามมติที่ประชุมได้อย่างโปร่งใส
- ระบบการจัดทำบัญชีและการเงินนั้น นับว่ามีความจำเป็น ต้องจัดทำให้ชัดเจน มีการรายงาน และเป็นที่ยอมรับของชุมชน
- เมื่อระบบการเงินบัญชีชัดเจน โปร่งใสแล้วการทำงาน การบริหารงาน ในชุมชนทุกคนมีความราบรื่น ชุมชนมีคุณภาพที่ดี ท้องถิ่นนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเที่ยว น่าอยู่ น่าพักผ่อน ที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวทุกระดับทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ

วรรณพร วณิชชานุกร (อ้างในพนิตตา สิงห์ครุฑ, 2542 : 20) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นในนิเวศท่องเที่ยว: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ว่าการกำหนดให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น นับว่าเป็นโอกาสในการคืนอำนาจการจัดการทรัพยากรให้กับผู้เป็นเจ้าของ ดังนั้นคนในท้องถิ่นจึงควรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ นับตั้งแต่การท่องเที่ยวควรจะเป็นในลักษณะใดชนิดใด และปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องการ การกำหนดอัตราการขยายตัวที่สม่ำเสมอ ตลอดจนมีหน้าที่ควบคุมดูแลคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอ ผลตอบแทนของชุมชนในท้องถิ่นเกิดจากการตกลงร่วมกันของแต่ละแห่งว่าควรเป็นในรูปใด และสิ่งที่สำคัญคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้ควรเป็นขนาดเล็ก ที่คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของในธุรกิจ และมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวก ควรเป็นแบบธรรมดาที่ไม่มีราคาแพงอย่างที่นักท่องเที่ยวแบบเก่าๆ ต้องการ จึงไม่ต้องใช้เงินทุนสูงมาก
2. ธุรกิจที่คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของและดำเนินการไม่จำเป็นต้องทำตามลักษณะของตะวันตกหรือนานาชาติ ควรใช้ผลผลิตที่ได้ในท้องถิ่น ไม่เพียงจะเป็นผลดีทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยลดการไหลออกของรายได้ อันเกิดจากการใช้แรงงานจากต่างประเทศที่มาดำเนินงานธุรกิจขนาดใหญ่ และเป็นของต่างประเทศอีกด้วย
3. ผลกำไรไม่ต้องส่งคืนกลับประเทศแม่

จากเอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการของ วาย.เอ็ม.ซี.เอ.เชียงใหม่ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยภาคเหนือ (2543 : 33-35) ได้ยืนยันความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เรื่องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนอย่างเป็นเอกฉันท์ว่า ชุมชนแต่ละแห่งพึ่งพาตัวเองได้ แม้ไม่มีการท่องเที่ยว เพราะชุมชนมีอยู่ก่อนมีการท่องเที่ยว ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรเป็นหลัก การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม ทุกชุมชนมีจุดเด่นของตนเอง สามารถพัฒนา

เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ พร้อมกันนี้ ได้เสนอแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้อย่างน่าสนใจ ดังต่อไปนี้

การเตรียมความพร้อมชุมชนร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ดังนี้ - 1) ทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผลกระทบที่ปรากฏในที่อื่นๆ 2) รวบรวม ทบทวนวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน 3) สำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่และจัดทำประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 4) จัดทำแผนการท่องเที่ยวและปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี และ 5) ประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

การสร้าง ความเข้าใจและความร่วมมือกับชุมชน - 1) ประชุมทำความเข้าใจกับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม 2) ตกลงทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน 3) ตกลงทำความเข้าใจในเรื่องการจัดการและการแบ่งปันผลประโยชน์ 4) จัดอบรมให้ความรู้การจัดการท่องเที่ยวแก่ชุมชน และ 5) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว

การตลาด / ประชาสัมพันธ์ - 1) เน้นการประชาสัมพันธ์ในแนวราบ ผ่านกลุ่มคนและสื่อต่าง ๆ โดยข้อมูลประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อมูลจริง 2) วางแผนการประชาสัมพันธ์โดยขอความร่วมมือกับ ททท. และผู้ประกอบการ

การดำเนินงานการท่องเที่ยว - 1) ทำการปลูกจิตสำนึกเรื่องอนุรักษ์ให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 2) ททท. เป็นตัวแทนในการกระตุ้นให้เกิดการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับจังหวัด องค์กรท้องถิ่นดำเนินการระดับตำบล 3) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวเก่าและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 4) จัดเสวนา เพื่อให้ได้แนวความคิดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ดำเนินการในรูปคณะกรรมการหรือสหกรณ์ที่สามารถตรวจสอบได้ และมีการจัดการที่ดี 6) การท่องเที่ยวต้องเน้นการรักษาธรรมชาติ และวิถีชีวิต หรือพื้นฟูของเดิม หลีกเลี่ยงการปรุงแต่ง 7) คนในชุมชนมีโอกาสนำชมและบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ภาครัฐก็เป็นผู้แปลตามคำบอกเล่าเหล่านั้น 9) ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวประสานงานกันในการวางแผนการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ และการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การแบ่งปันผลประโยชน์ต้องมีความเป็นธรรม 10) องค์กรท้องถิ่นและจังหวัดสนับสนุนงบประมาณในการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค 11) องค์กรท้องถิ่นออกระเบียบควบคุมดูแลการก่อสร้าง การผูกขาด และออกระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และใช้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย 12) จัดให้มีการประชุมเพื่อประเมินผลการดำเนินงานบ่อย ๆ และ 13) องค์กรท้องถิ่น / ชุมชน ดูแลให้มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิด

เกิดรายได้แก่คนในชุมชนอย่างยุติธรรม

นอกจากนี้ ยังได้ให้เกณฑ์การประเมินความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งจะพิจารณาได้จากรายการต่อไปนี้ คือ 1) จากสถิติ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 2) จากความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม และมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) จากความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ วัฒนธรรม และความปลอดภัยของชุมชน 4) จากการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาวบ้านจากรายได้เพิ่มขึ้นและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร

วัฒนชัย ชูมาก (2543 : 42-44) กล่าวถึง คุณลักษณะที่เหมาะสมของบุคลากรที่เอื้อต่อการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกฎเกณฑ์สำคัญที่จะไปสู่ความสำเร็จ มีอยู่ 3 ลักษณะใหญ่ ๆ ซึ่งสรุปได้ คือ

1. คุณสมบัติด้านทัศนคติ

บุคลากรที่จะทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความมีทัศนคติ ต่ออาชีพ และจะยังให้มีพฤติกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การจะมีทัศนคติดีนั้น จะเกิดได้จากองค์ประกอบต่อไปนี้ คือ

1.1 มีความรู้เกี่ยวกับลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น ลักษณะยืดหยุ่น เฉพาะฤดูกาล

1.2 การเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น ทั้งส่วนตนและส่วนรวม

1.3 ความรู้สึกภาคภูมิใจในอาชีพ ไม่ว่าจะทำหน้าที่ใด ทุกตำแหน่งล้วนมีความสำคัญในอันที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จได้เท่าเทียมกัน

2. คุณสมบัติด้านลักษณะนิสัย

บุคคลที่จะทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีคุณสมบัติด้านลักษณะนิสัยที่เอื้อต่อการทำงานบางประการ คือ

2.1 นิสัยกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ชอบให้บริการแก่ผู้อื่นด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทั้งต่อนักท่องเที่ยวและต่อเพื่อนร่วมงานในทุกระดับ

2.2 มีความเห็นอกเห็นใจ และมีความอดทน

2.3 มีความสามารถ ความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

2.4 ความสามารถในการปรับตัว ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้งานประสบไปได้ด้วยดี ความสามัคคีระหว่างเพื่อนร่วมงานจะสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

3. คุณสมบัติด้านความรู้และทักษะ

2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 257-261) กล่าวว่า การชักนำ (Leading) เป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลในการจูงใจบุคคลอื่นให้ทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งต้องอาศัยภาวะผู้นำ โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำ เป็นศิลปะที่จำเป็น และ สำคัญอย่างยิ่งต่อนักบริหารที่จะนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ ผู้นำเป็นผู้ตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผนและรับผิดชอบต่อความอยู่รอดหรือการพัฒนาขององค์การ การเสริมสร้างผู้นำเป็นศิลปะแบบหนึ่งที่พึงเรียนรู้และพัฒนาได้ หรือหมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้อำนาจและจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามจนบรรลุเป้าหมายขององค์การ (Organizational goals) หรือ หมายถึง ศิลปะหรือกระบวนการในการใช้อิทธิพลให้ผู้อื่น ทำตามจนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม ภาวะผู้นำต้องอาศัยการจูงใจ บุคคล จะไม่ได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้นำ เว้นแต่เขาจะจูงใจบุคคลอื่นได้

2. ผู้นำ (Leader) เป็นบุคคลที่ทำให้องค์การประสบความสำเร็จ และ บรรลุผลสำเร็จโดยใช้อิทธิพล จูงใจผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม มีส่วนทำให้เกิดวิสัยทัศน์ขององค์การและพนักงาน รวมทั้งผู้นำที่สามารถ จะใช้อำนาจอิทธิพลต่าง ๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อนำกลุ่มประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

3. ทฤษฎีคุณลักษณะผู้นำ (Trait theories of leadership) เป็นทฤษฎีซึ่งเกี่ยวกับลักษณะตัวของผู้นำ ซึ่งแม้ว่าคุณลักษณะของผู้นำต่าง ๆ จะไม่เท่ากันในทุกสถานการณ์ สามารถสรุปคุณลักษณะและทักษะของผู้นำที่มีประสิทธิผล (Characteristics of effective leader) ได้ดังนี้คือ

- คุณลักษณะ (Traits) ที่ควรจะมี คือ : 1) รู้จักปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ 2) มีความตื่นตัวต่อสภาวะแวดล้อมทางสังคม 3) มีความทะเยอทะยานสูง 4) มีความเชื่อถือ และสามารถสร้างสรรค์ประโยชน์ 5) มีลักษณะประนีประนอม 6) รู้จักปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ 7) มีความตื่นตัวต่อสภาวะแวดล้อมทางสังคม 8) มีความทะเยอทะยานสูง 9) มีความเชื่อถือและสามารถสร้างสรรค์ประโยชน์ 10) มีลักษณะประนีประนอม 11) มีความเด็ดขาด 12) ลูกน้องสามารถพึ่งพาได้ และ 13) เป็นผู้ทรงอำนาจ

- ทักษะ (Skills) ผู้นำควรจะเป็นผู้ที่มีทักษะ ดังนี้ : 1) มีความเฉลียวฉลาด 2) มีทักษะในความคิด 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4) มีทักษะในเชิงการพูด รู้จักผูกมิตรไมตรี 5) มีวาทศิลป์ มีทักษะทางการพูด 6) มีความรู้เกี่ยวกับงาน 7) มีทักษะในการจัดการอย่างเป็นระบบ 8) มีทักษะในการชักนำใจผู้อื่น และ 9) มีทักษะทางสังคมสูง

ดนัย เทียนพุฒ (2540 : 133) กล่าวถึง บทบาทใหม่ของหัวหน้างานในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแนวโน้มการจัดการธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดังนี้

1) การเปลี่ยนแนวคิดของการจัดการ คือ บริหารแบบให้อำนาจและหน้าที่ (Empowerment) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานรู้จักหน้าที่ จะมอบหมายและกระจายอำนาจหน้าที่ให้กับพนักงานในระดับรองๆ ลงไป จะไม่เป็นการรวมอำนาจการตัดสินใจทั้งหมดไว้ที่ตนเองแต่ผู้เดียว ลูกน้องสามารถตัดสินใจในงานรับผิดชอบได้มากขึ้น รู้สึกว่างานท้าทายมากขึ้น

2) การเปลี่ยนวิธีการจัดการจากกำกับและควบคุม เป็นการสอน แนะนำงาน (ส่วนวิธีการที่จะสอน แนะนำงาน หรือ การเป็นที่ปรึกษาให้กับทีมงานนั้น หัวหน้าหรือผู้บริหารจะต้องสร้างให้มีความชัดเจนในเป้าหมายร่วมกัน ความเข้าใจหรือรู้กระบวนการ / ขั้นตอนในการทำงาน ทั้งกระบวนการ มีความสามารถที่จะสอนตามขั้นตอน/กระบวนการในการทำงาน เข้าใจพฤติกรรม และวิธีการท้าทายให้คนเรียนรู้และอยากทำงาน สามารถที่จะทบทวนการดำเนินงานตามกระบวนการได้ตั้งแต่เริ่มต้น ขณะดำเนินการ และสิ้นสุดการดำเนินงาน กระตุ้นให้ลูกน้องเกิดความรับผิดชอบต่อตนเอง มีทักษะในการประชุม หรือ ชี้แจงการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การสร้างทีมงานแบบสั่งการตนเอง (Self-Directed Team : SDT) เป็นแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ที่ต้องการรูปแบบทีมที่แตกต่างไปจากเดิม โดยเน้นความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย การทบทวนผลงาน การตัดสินใจ การรายงานผลต่อผู้บริหาร การร่วมมือทำงานกับกลุ่มงานอื่น และ มีความตระหนักในคุณภาพของผลลัพธ์ที่เกิดจากสมาชิกของทีมมากกว่าหัวหน้ากลุ่มหรือทีมแบบเดิม

สิ่งที่จำเป็นสำหรับทักษะที่จะสร้างความสำเร็จของทีมงานแบบ SDT โดยที่ทุกคนในทีมจะต้องสร้างทักษะต่อไปนี้เป็น คือ ภาวะผู้นำ การประชุมที่มีประสิทธิภาพ การตัดสินใจแบบประชาธิปไตย การสื่อสารข้อความ การบริหารโครงการ การให้ข้อมูลย้อนกลับ และการแนะนำงานมนุษยสัมพันธ์ การปรับปรุงวิธีการทำงาน และการบริหารความคิดที่แตกต่าง

สรุปได้ว่า คุณสมบัติของผู้ที่จะปฏิบัติงานในด้านการบริการในทุกระดับจะต้องเป็นผู้ที่ “ใจรัก” เป็นส่วนสำคัญ ประกอบกับคุณลักษณะส่วนตัว ทักษะความรู้ซึ่งจะต้องหามาเสริมให้กับตนเอง ความเป็น “ผู้นำ” มีความสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างศรัทธา โนมนำจิตใจให้เพื่อนร่วม

งาน ผู้ได้บังคับบัญชา หรือชาวบ้านในชุมชนเช่นบ้านหล่อชา คล้อยตามและร่วมมือปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนงานอย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว ทั้งต้องสามารถทำให้นักศรรอบข้างได้แสดงความคิดเห็นเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ส่วนร่วมได้แนวคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้นต่อไปอีกด้วย ดังนั้น ผู้ที่ได้รับเลือกให้เป็นผู้นำนั้น มิใช่มีเพียงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างเดียว จะช่วยให้งานประสบความสำเร็จได้ จึงจำเป็นต้องแสวงหาจุดอ่อนของตน พยายามแก้ไข และเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เพื่อการนำผู้อื่นอย่างทันสมัยและมีอัตราค้ำไม่ตรีอีกด้วย

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่

มนัส สุวรรณ (2541 : 7) ได้กล่าวถึงการจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่สำคัญมี ดังนี้

1) ขีดจำกัดทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการรักษาสอดคล้องระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ในที่นี้ จึงหมายถึง จำนวนคนมากที่สุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีคุณภาพลดลงจนไม่อาจยอมรับได้

2) ขีดจำกัดทางการตลาด แนวทางนี้เสนอว่า ขีดความสามารถในการรองรับตลาดการท่องเที่ยวจะถึงวิกฤต เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่ไปขัดขวางความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

3) ขีดจำกัดของชุมชน กล่าวได้ว่า เป็นขีดจำกัดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ก่อนที่ชุมชนบริเวณนั้นจะรู้สึกผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น

พิสิฐ เจริญวงศ์ (อ้างในรัฐชิตยา หิรัญยหาต : 2544 : 27) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญอาวุโสประจำศูนย์ภูมิภาคด้วยโบราณคดีและวิจิตรศิลป์ (SPAFA) ได้ร่วมอภิปรายเรื่อง "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : วิถีสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" ได้กล่าวถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ว่า ควรทำให้การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์อย่างหนึ่ง ต้องช่วยกันคิดว่า จะจัดการอย่างไรให้การท่องเที่ยวมีประโยชน์มากกว่าโทษ โดยคำนึงถึง 3 M ได้แก่

- Minimum คือ การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดควรมีจำนวนเท่าใด ซึ่งการกำหนดเช่นนี้จะเหมาะกับการท่องเที่ยวบางประเภทที่รับนักท่องเที่ยวมากไม่ได้
- Mile-tourism เป็นการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยซึ่งอยู่ในระดับกลางๆ ของขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

- Mass-tourism ชีตความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีไม่เท่ากัน จึงต้องควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะเข้ามาชมในพื้นที่ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับการจัดการที่ดีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541 : 4 - 69 ถึง 4 - 70) การศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ได้ศึกษาถึงปัญหาความสามารถรองรับของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยได้ใช้ปัจจัยดังต่อไปนี้ร่วมกันในการพิจารณากำหนดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว คือ

1. พื้นที่สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่จอดรถ พื้นที่ตั้งสิ่งบริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น พื้นที่สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ทางเดิน ที่ชมวิว ที่ชมสิ่งที่มีคุณค่าในสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำหรับไหว้พระ เป็นต้น พื้นที่ที่จะให้เป็นสถานที่กำจัดขยะและสถานที่บำบัดน้ำเสีย เป็นต้น ซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวใดมีพื้นที่กว้างขวาง ก็กล่าวได้ว่ามีความสามารถในการรองรับสูง

2. ความเปราะบางของพื้นที่ หมายถึง โอกาสที่สิ่งที่มีคุณค่าในพื้นที่ ไม่ว่าทั้งทางด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรมก็ตาม จะได้รับความเสียหายถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่พร้อม ๆ กันในจำนวนที่มากเกินไป และโดยเฉพาะสิ่งที่มีคุณค่าบางอย่าง หากได้รับความเสียหายแล้ว อาจใช้เวลาอย่างมากในการฟื้นฟูสภาพเดิม หรืออาจไม่สามารถทำให้กลับสู่สภาพเดิมได้

3. ข้อจำกัดด้านการจัดให้มีสิ่งบริการ เช่น น้ำใช้ น้ำดื่ม การกำจัดขยะและการบำบัดน้ำเสีย ไฟฟ้า และระบบสื่อสารคมนาคม

4. การบริหารจัดการ หมายถึงความสามารถในการจัดการ เช่น การวางแผนการใช้พื้นที่ให้กระจายออกไป ไม่ให้รวมกันอยู่เพียงบางตำแหน่งในปริมาณที่ก่อให้เกิดผลเสีย ความสามารถที่จะควบคุมนักท่องเที่ยวให้อยู่ในพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้ให้โดยไม่ให้เข้าไปในพื้นที่ที่เสี่ยงจะเกิดความเสียหาย รวมทั้งการที่มีระบบการบริหารที่ดีและมีกฎหมายรองรับชัดเจน

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ (2544 : 23) ได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยว (Carrying Capacity) และการวางแผนทางเกี่ยวกับกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว ว่า อาจกำหนดให้มีการจัดการและมาตรการในการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งคำนึงในเรื่องการสงวนและปกป้องสิ่งแวดล้อม รวมถึงทรัพยากรสำหรับคนรุ่นต่อไป อาทิ พิจารณารายการนำเที่ยว ใช้เส้นทางนำเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างข้อจำกัดชั่วคราวในการเดินทางเข้าไปยังพื้นที่ เปิดให้มีการขายบัตรที่ระบุวันและเวลาในการเดินทางเข้าพื้นที่ เพื่อให้

ทราบจำนวนล่วงหน้า ลดขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปในพื้นที่ กำจัดพื้นที่ในการจอดรถ กำหนดให้มีข้อห้ามเพื่อมิให้มีกีฬาหรือรูปแบบในการท่องเที่ยวที่สร้างความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ จำเป็นต้องมีการจัดการอย่างมืออาชีพ และมีการผสมผสานอย่างเหมาะสม การสร้างเครือข่ายระหว่างกันทั้งในด้าน "การจัดการในการเข้าไปยังพื้นที่บางแห่ง" (Accessibility) "การจัดการด้านการจราจรอย่างเหมาะสม" จะทำให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ปฏิญญา แสงแก้ว (2545 : 33) สรุปข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จากองค์การการท่องเที่ยวโลก เพื่อลดการที่บริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวไปชมหมู่บ้านที่อาจก่อความรบกวนและไม่เคารพชุมชนเท่าที่ควร ดังนี้ ควรให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นเป็นผู้นำชมและอธิบาย ควรมีการจัดจุดให้ข่าวสาร จุดบริการของมัคคุเทศก์ และศูนย์ศิลปหัตถกรรมอยู่ในชุมชน เส้นทางทัวร์ในหมู่บ้านควรให้ผ่านจุดน่าสนใจที่สำคัญ เพื่อมัคคุเทศก์จะได้อธิบายได้ทั่วถึง นักท่องเที่ยวควรจ่ายค่าเข้าชมหมู่บ้าน ซึ่งรวมค่าตัวมัคคุเทศก์ท้องถิ่นด้วย

จากการศึกษาความสามารถในการรองรับของพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น ในการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมบ้านหล่อชา มีความจำเป็นต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เนื่องจาก สภาพพื้นที่หมู่บ้านหล่อชาจัดว่าอยู่ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการรองรับต่ำ จำเป็นต้องมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถจะเข้ามาชมหมู่บ้านได้ โดยพิจารณาจากความสามารถทั้งในด้านกายภาพ สังคม และความรู้สึกนึกคิดของชาวบ้านในชุมชน อาจกล่าวได้ว่า การจัดการขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ก็คือ การหาความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว กับ ความต้องการของชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีความสมดุลแล้ว ความยั่งยืนจะบังเกิดขึ้นแก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งสองฝ่าย รวมทั้ง และต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยเช่นกันในอนาคต

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมชาวเขา

รุ่ง แก้วแดง (2536 : 33) กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจซาบซึ้ง ยอมรับ และใช้ปฏิบัติร่วมกันอันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมนั้น ๆ และในระดับที่สอง ความหมายเชิงปฏิบัติการ วัฒนธรรม หมายถึงความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้านคือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่ง

ไปสู่อีกกลุ่มหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลดีกรรม และผลิตผลทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมอันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ พัฒนา ถ่ายทอด ส่งเสริม เสริมสร้างอัตลักษณ์และแลกเปลี่ยน เพื่อสร้างเสริมดุลยภาพระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสันติภาพ สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

ขจิตภัย นุราชพัฒน์ (2538 : 106) ได้กล่าวถึงเรื่องการผสมผสานทางด้านวัฒนธรรมของชาวเขาไว้อย่างน่าสนใจว่า "เป็นความจริงที่ว่าประเทศไทยมีชนกลุ่มน้อยมากมายหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มก็มีความแตกต่างไปจากชนกลุ่มใหญ่ ทั้งในด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โอกาสที่จะเกิดปัญหาและนำไปสู่ความขัดแย้งทางด้านเชื้อชาติก็มีอยู่สูง แต่ถ้าความแตกต่างในเรื่องเหล่านี้มีน้อย และชนกลุ่มน้อยสามารถผสมผสานทางด้านวัฒนธรรมกับชนกลุ่มใหญ่ได้ ปัญหาความขัดแย้งก็จะน้อยลง เช่นเดียวกับชาวเขาในเมืองไทย ทางราชการไม่มีนโยบายที่จะไปบีบบังคับให้ชาวเขาละทิ้งวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมดั้งเดิมของพวกเขา แต่ได้เปิดโอกาสให้ชาวเขาเหล่านี้รับเอาวัฒนธรรมที่พึงงามของคนไทย โดยผ่านทางกระบวนการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ตลอดจนการรับเอาวัฒนธรรมที่เป็นไปโดยธรรมชาติ คือ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างคนไทยในพื้นที่ราบกับชาวเขา ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว ชนกลุ่มน้อยหรือชาวเขามักจะรับเอาวัฒนธรรมของคนไทยพื้นราบที่มีความเจริญกว่า การผสมผสานทางด้านวัฒนธรรมที่ทำให้ชาวเขากลายเป็นชาวเรา โดยรับเอาวัฒนธรรมในสิ่งที่พึงงาม จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีอีกอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาชาวเขา"

จากการศึกษาทบทวนแผนการพัฒนากองทัพเรือภาคเหนือตอนบน ของภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2541) ได้สรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เด่นที่สุดของภาคเหนือตอนบน เพราะไม่มีในพื้นที่อื่น ๆ คือ ชุมชนชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ และชุมชนคนไทยใหญ่ในแม่ฮ่องสอน จากลักษณะทางวัฒนธรรมประเพณีรวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากกลุ่มชนอื่น ๆ ในภาคเหนือตอนบน จึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างมาก แต่หลังจากที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชนของคนเหล่านี้ วิถีการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ต้องถูกรบกวนอย่างมาก และอาจทำให้เกิดความเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของภาคเหนือตอนบนสูญเสียไปในไม่ช้า จึงควรมีการดำเนินการศึกษาประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมประเพณีของชนกลุ่มน้อยเผ่าต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมของแต่ละชนเผ่า และเป็นประโยชน์ในการกำหนดแผนงาน โครงการและวิธีการในการอนุรักษ์และฟื้นฟู วัฒนธรรมประเพณีให้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้

วัฒนธรรมเหล่านี้คงคุณค่าอย่างยั่งยืนตลอดไป สำหรับชนกลุ่มน้อยบางเผ่าที่มีผลการศึกษา ประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมประเพณีไว้ค่อนข้างสมบูรณ์แล้ว ควรจัดทำพิพิธภัณฑ์หรือนิทรรศการไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชมในสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวก เพื่อที่จะจำกัดหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปในชุมชน

วิระพันธุ์ ชินวัตร (2544 : ก-1) กล่าวถึง การศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ของวิวัฒน์ เตมียพันธ์ (2541 : 56) ว่า จะทำให้ผู้ศึกษาเข้าใจสภาพของสังคมได้ชัดเจนยิ่งขึ้นอีก เพราะ อาคารพักอาศัยนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของประชาชน (Popular Culture) ที่แฝงอยู่ในตัวอาคาร เป็นงานศิลปะที่มีใช้ผลผลิตของคนฉลาด หรือผู้ชำนาญการเพียงสองสามคน แต่หากเป็นงานคิดค้นและสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นไปตามครรลอง (ธรรมชาติ) และกิจกรรมที่ต่อเนื่องของประชาชนทุกคนในสังคมว่าด้วยประสบการณ์และความชำนาญของกลุ่มชนในการสร้างสถาปัตยกรรมขึ้นมา เป็นมรดกทางสังคมที่ได้รับการถ่ายทอดต่อ ๆ กันมา เป็นเสมือนหนึ่ง ฟอสซิลทางอารยธรรม เป็นรากเหง้าที่มาของอารยธรรมนั้น ๆ ที่บ่งชี้ความเป็นชุมชนนั้น ๆ

2.10 แผนและนโยบายพัฒนาของรัฐ

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลจัดการท่องเที่ยว

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลจัดการท่องเที่ยว ตามบทบาทที่มีในกฎหมายรัฐธรรมนูญว่า หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานราชการทุกแห่งที่จัดทำแผนปฏิบัติการต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ทุกคนมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วย ตัวเราซึ่งเป็นประชาชน และบุคคลรอบตัวเรา หรือกลุ่มชนในหมู่บ้านเราที่เรียกว่าประชาคม เป็นคำเดียวกับชุมชน

ประการแรก บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ

มาตรา 46 บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์ หรือฟื้นฟูจารีตประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ หรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการบำรุงรักษาใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

มาตรา 56 สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐบาลและชุมชนในการบำรุงรักษาการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ และในการคุ้มครอง

ส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

มาตรา 57 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูลคำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยงานราชการ ก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการ หรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม

มาตรา 60 บุคคลย่อมมีสิทธิมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการปฏิบัติราชการทางปกครอง

มาตรา 69 บุคคลมีหน้าที่ป้องกันประเทศ รับราชการทหาร เสียภาษีอากร ช่วยเหลือราชการ รับการศึกษาอบรม พักพิทักษ์ ปกป้อง และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติ และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประการที่สอง พิจารณาจากเจ้าหน้าที่รับผิดชอบที่ประชาชนอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน มีหลักการทำงาน (พัฒนา) ร่วมกันด้วยความเห็นและข้อตกลงร่วมกันโดยงานนั้น หรือ กิจกรรมนั้น ต้องมีความชัดเจนโปร่งใสซึ่งเป็นหน้าที่ของเราต่อสังคม เงื่อนไขที่สำคัญของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากข้อมูลที่ได้จากการจัดกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ศึกษา สามารถสรุปเงื่อนไขที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ 2 ลักษณะ คือ

1. เงื่อนไขระดับชุมชน หมายถึง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อชุมชนมีความพร้อมในเรื่องของความรู้เชิงนิเวศ เวลาและทรัพยากรสำหรับการลงทุน มีเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องอาศัยผู้นำชุมชนที่มีภาวะความเป็นผู้นำสูง ความรู้และไหวพริบที่สามารถสร้างความเชื่อถือ การยอมรับและความมั่นใจให้ชาวบ้านได้ กลุ่มแกนนำที่เข้มแข็ง

2. เงื่อนไขระดับบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่ผลักดันให้ชาวบ้านแต่ละบุคคลตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยวในชุมชน เป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตัวชุมชนเอง อันได้แก่ การที่ชาวบ้านมีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในเชิงนิเวศ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง และเข้ามามีบทบาทด้านการจัดการในที่สุด ปัจจัย ด้านเงินทุนผลตอบแทน

2. แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544 – 2553)

คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นชอบในการประชุมเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2543 ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปฏิบัติงาน เพื่อเป็นทิศทางและกรอบการขอรับการสนับสนุนในเชิงนโยบายระดับสูง เพื่อระดมความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะช่วยผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในช่วง 10 ปีข้างหน้า ระหว่าง พ.ศ. 2544-2553 ให้ประเทศไทยมีความพร้อมที่จะพัฒนาและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสาขาทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ซึ่งสาระสำคัญของแผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2544-2553)ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยขอสรุปเฉพาะส่วนของนโยบายของแผนไว้ดังนี้ (วารสารธุรกิจท่องเที่ยว, ปีที่ 13 ฉบับที่ 12 : ธันวาคม 2543 : 10-11)

- 1) พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย อย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่ความเป็น World Class Destination
- 2) พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญควบคู่ไปกับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม
- 3) เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ออกสู่ภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน
- 4) ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทย มีความพร้อมในการแข่งขันเนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้า
- 5) สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้มแข็ง ในการบริหารจัดการ ในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง
- 6) อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน

3. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย 5 ปี (พ.ศ.2545-2549)

แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย 5 ปี (พ.ศ.2545-2549) ด้านการพาณิชย์ และการท่องเที่ยว

1) เป้าหมาย

“ศูนย์กลางการพาณิชย์และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้ความร่วมมือโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ”

2) ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา

ยุทธศาสตร์ข้อ 1 พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

- แนวทาง
- 1) ชุมชนมีส่วนร่วมจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
 - 2) ปลุกจิตสำนึกผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ ชุมชนและนักท่องเที่ยว ช่วยกันดูแลแหล่งท่องเที่ยว
 - 3) ประเมินผลกระทบด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปและวัฒนธรรม

- 4) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้สมดุลทั้งด้านกายภาพ และจิตวิญญาณของวัฒนธรรม ศิลปท้องถิ่น
- 5) พัฒนาการบริหารการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservative Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และการท่องเที่ยวที่พักเชิงวัฒนธรรม มิตรภาพ (Home Stay)
- 6) ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกขึ้นภายในจังหวัด และ ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน

ยุทธศาสตร์ข้อ 2 พัฒนาปัจจัยเอื้อประโยชน์การพาณิชย์ของจังหวัดเชียงราย

- แนวทาง
- 1) เร่งรัดก่อสร้างระบบทางรถไฟจากเด่นชัยสู่เชียงราย
 - 2) พัฒนาระบบขนส่งทางอากาศให้รองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว การค้า
 - 3) พัฒนาการคมนาคมทางบก ทั้งภายในจังหวัดเชียงรายและ เชื่อมต่อประเทศเพื่อนบ้าน
 - 4) ปรับปรุงระบบคมนาคมทางน้ำและท่าเรือให้มีความปลอดภัย
 - 5) ส่งเสริมชุมชนให้จัดทำผังเมืองด้วยตนเอง
 - 6) จัดระบบสารสนเทศเพื่อการค้าและการลงทุน

2.11 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jeff Petry (1998 : 13) ที่ปรึกษาของ PATA Thailand Chapter ได้ทำการศึกษาภาพรวมของชาติพันธุ์ชนกลุ่มน้อยที่หลากหลายของประเทศไทยจากมุมมองของนักมานุษยวิทยา และนักประวัติศาสตร์ โดยมุ่งเน้นพิจารณาความสัมพันธ์ของชาวเขาในภาคเหนือของไทย กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า

1) ทั้งชาวเขาและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องเป็นหุ้นส่วนที่ทำงานร่วมมือกันอย่างจริงจังในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชาวเขา และ วัฒนธรรมชนเผ่าในฐานะที่ตนเองเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และจะต้องดำเนินการให้เป็นความจริงโดยเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งกรณีเช่นนี้ไม่เคยปรากฏมาก่อน ในความร่วมมือพลังอันยิ่งใหญ่ 2 ฝ่าย ระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจชาวต่างชาติและคนไทย กับประชากรชาวเขาที่มีความสำคัญในฐานะเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยความรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริงเท่านั้น เป็นหนทางเดียวสำหรับอนาคตของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน คือจะต้องมีความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างชุมชนชาวเขาและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยไม่มีการยกเว้นใดๆ เพื่อให้อุตสาหกรรม

กรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของไทยยังยืนคงอยู่ต่อไปได้ นอกเหนือจากสิทธิทางศีลธรรมและความยุติธรรมที่ชาวเขาจะได้รับแล้ว ความร่วมมือกันเช่นนี้นับได้ว่าเป็นธุรกิจที่ดี เพราะอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวสูง และ ชาวเขาก็สมควรที่จะได้รับผลประโยชน์ส่วนนี้เป็นการตอบแทนบ้างแล้ว หลังจากที่แต่เดิมหมู่บ้านและชุมชนชาวเขาถูกมองว่าไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องใด ๆ ในธุรกิจนี้เลย

3) การพูดคุยกัน เรียนรู้และฝึกอบรมเพิ่มเติมเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และหมู่บ้านของกลุ่มชาวเขาใดก็ตาม ที่ตกลงใจจะมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ ทั้งจะต้องมีการศึกษาทบทวนข้อสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทั้งสองฝ่ายยอมรับได้ นอกจากนี้ จำเป็นจะต้องให้นักท่องเที่ยวได้รับการบรรยายสรุปเกี่ยวกับกลุ่มชาวเขาที่ตนไปเยือน สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวเขาแต่ละเผ่า การประพุดิตนให้เหมาะสมในการไปเที่ยวชมหมู่บ้านชาวเขา รวมทั้ง จะต้องมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ และต้องมีหมู่บ้านของชาวเขาที่จัดไว้เฉพาะเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั้งนี้ต้องไม่ขัดกับนิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4) ต้องมีการพิจารณาถึงผลกระทบทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในพื้นที่ซึ่งมีแรงกระตุ้นสูงจากการพัฒนาความเจริญจากภายนอก และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากมาย จะต้องเลิกความคิดที่ว่า วัฒนธรรมหยุดนิ่งอยู่กับการเวลา อย่างมีสีสันและคงความดั้งเดิมเสมอไป เพราะประการแรก มันไม่ใช่เรื่องจริง ทั้งความคิดที่ว่า วัฒนธรรมจะเป็นสิ่งคงที่ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ไม่มีพลวัตรใด ๆ และก็ไม่ใช่เรื่องจริงเช่นกันกับสิ่งที่มักจะถูกเรียกว่า "ความดั้งเดิม" (primitive) หรือ "ความแปลกจากต่างถิ่น" (exoticism) และประการที่สอง คือ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ มีสามัญสำนึกที่จะไม่ถูกหลอกลวงได้ง่าย ๆ จากความผิวเผินที่ไม่ใช่แก่นแท้ ปลอ่ยให้ของแท้เป็นอย่างที่เป็นอยู่ และไม่ควรถ้าเราจะเข้าไปรบกวนอีกต่อไป ถ้าวัฒนธรรม "ที่สืบทอดกันมาแต่ดั้งเดิม" ยังเป็นที่ต้องการ วัฒนธรรมนั้นควรจะได้รับ การนำเสนอในรูปแบบของการแสดงหรือการปฏิบัติด้วยความเลื่อมใสศรัทธาบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ. ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช ผลของวิจัยพบว่า ประชาชนในชุมชนคีรีวงมองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ก็คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมิติที่หลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย 2) การท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน 3) การท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงเกิดขึ้นจาก 1) ปัจจัยภายในชุมชน ได้แก่ ความสับสนด้านข้อมูล ความขัดแย้งระหว่างผู้นำ การประสาน

งานไม่ราบรื่น ชาวบ้านให้ความสำคัญกับอาชีพการทำสวน การปฏิบัติขัดแย้งกับความคิดการอนุรักษ์ ประธานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวงขาดอำนาจ และอบต. ไม่ดำเนินการ 2) ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การรุกรานจาก ททท. จนชุมชนตั้งรับไม่ทัน ส่วนแนวทางการแก้ไขปัญหาในทหระณะของชาวคีรีวง คือ ใช้ความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติ การเลือกตั้งคณะกรรมการชุดใหม่เปลี่ยนแปลงแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนใหม่ และให้ อบต. เข้ามามีบทบาทในการออกข้อบังคับ รวมทั้งแผนการจัดการในเชิงนโยบาย

ชาติชาย มณีกาญจน์ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพขององค์กรชุมชนในการจัดการกองทุนหมุนเวียน ผลการศึกษา พบว่า องค์กรชุมชนมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งเริ่มต้นด้วยการเสริมสร้างจิตสำนึกของประชาชนให้ตระหนักและเข้าใจถึงปัญหา ให้เขาได้มีโอกาสร่วมคิดในประเด็นปัญหาต่าง ๆ และกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหากันเอง ตลอดทั้งการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนปัจจัยเอื้อต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ประชาชนในชุมชนเองก็ได้รับประสบการณ์และมีความไว้วางใจที่ได้มีส่วนร่วมช่วยเหลือซึ่งกันและกันร่วมกับองค์กรชุมชนของเขาเอง ในฐานะที่เป็นตัวแทนของประชาชนในการเอาชนะต่อปัญหาต่าง ๆ ทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ผลการศึกษายังพบอีกว่า ความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ควรต้องเริ่มต้นจากภายในชุมชนเอง องค์กรภายนอก (องค์กรของรัฐและเอกชน) จะมีบทบาทเป็นเพียงผู้ก่อให้เกิดการพัฒนา เปลี่ยนแปลง และเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ชุมชนเท่านั้น นอกจากนี้ ผลการศึกษายังได้พบอีกว่า องค์กรประกอบสำคัญ 12 ประการ ที่ทำให้องค์กรชุมชนมีศักยภาพในการบริหาร/จัดการกองทุนหมุนเวียน คือ สมาชิก/ประชาชน...1) ต้องมีความเข้าใจและการยอมรับร่วมกันในปัญหา และการแก้ปัญหา 2) ต้องมีความไว้วางใจในผู้นำชุมชนของเขา 3) ต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด 4) ต้องได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน 5) ต้องมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกองทุนร่วมกัน 6) ต้องมีความเสียสละและทุ่มเทเพื่อส่วนรวม 7) ต้องมีข้อมูลเพียงพอเพื่อประกอบการตัดสินใจ 8) ต้องเข้าใจในเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานอย่างชัดเจน 9) ต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินการ 10) ต้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ 11) ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตและคุณธรรม และ 12) ต้องมีความเข้าใจในกระบวนการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

ประภาพรรณ อุ่ยนอบ และคณะ (2545) รายงานการวิจัยเบื้องต้น ทักษะการทำงานและปัจจัยเงื่อนไขในการพัฒนาทักษะ การทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรายงานท้องถิ่น : การศึกษาในกลุ่มประชาสังคม (Civic groups) ภาคเหนือตอนบน กรณีจังหวัดเชียงราย กล่าวว่า

- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่

ในพื้นที่ของชุมชนนั้น พบว่า ขณะนี้ชุมชนมีความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงมีความต้องการและมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนมากขึ้น

- จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดและประชาคมการท่องเที่ยว 3 แห่ง พบว่า จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงในด้านการได้เปรียบของสภาพภูมิอากาศและขนบธรรมเนียมประเพณี แต่การจัดการด้านการท่องเที่ยวในเชิงประชาคมยังอยู่ในระยะเริ่มต้นและมีข้อจำกัดในการดำเนินการอยู่หลายประการ แต่โดยภาพรวมยังต้องมีการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ อยู่หลายประการด้วยกัน คือ

1. ทักษะในการประสานงาน เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรภายในและนอกชุมชนโดยที่การจัดการด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การจัดการของภาครัฐกิจ ซึ่งมองชุมชนว่าเป็นเพียงสินค้าการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนไม่มีอำนาจในการต่อรอง จึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบภาคเอกชนตลอดมา

2. ทักษะการพัฒนาบุคลากร ในด้านภาษาเพื่อการสื่อสารและการสร้างมรดกแห่งท้องถิ่นจากการศึกษาในประชาคม 5 แห่ง พบว่า ปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป็นปัญหาที่พบร่วมกันในทุกประชาคม โดยเฉพาะประชาคมที่จัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพทำให้การสื่อความหมายทางวัฒนธรรมคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง แม้ว่าส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวต้องการให้ชุมชนรักษาความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด แต่หากมีทักษะในการสื่อสารที่ดีจะสร้างความเข้าใจที่ดีและการถ่ายทอดความรู้ที่ถูกต้อง

3. ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์/การตลาด ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการตลาด จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง

4. การสร้างความตื่นตัวของชาวบ้านในเรื่องการท่องเที่ยว จำเป็นต้องสร้างความตื่นตัวโดยให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

5. ทักษะการถ่ายทอด / การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประชาคมการท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งต่างก็มีศักยภาพในด้านภูมิปัญญาและมีผู้รู้ในด้านต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังขาดความรู้ในภูมิปัญญาท้องถิ่นเพราะไม่มีการแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดความรู้ในหมู่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

6. ทักษะด้านการเงินและการจัดทำบัญชี กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะด้วยวัตถุประสงค์ใด แต่ถ้าเป็นกิจกรรมที่มีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง จำเป็นต้องมีการจัด

ทำบัญชีที่เป็นระบบและโปร่งใส เพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้

7. การวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีความจำเป็นเพื่อให้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบและทิศทางการท่องเที่ยวของชุมชนว่าต้องการให้เป็นไปในทิศทางใด โดยจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมบนฐานความต้องการของชุมชน

8. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวและใช้ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์

นอกจากนี้ ยังได้สรุปข้อสังเกต/บทเรียนที่ได้รับจากการศึกษาประชาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายไว้ดังนี้

1. นโยบายการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดซึ่งมักจะถูกกำหนดมาจากหน่วยงานระดับประเทศ (เช่น ททท.) ที่มีกรอบวิธีคิดมรการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่ต้อง การผลตอบแทนที่สูงภายในระยะเวลาอันสั้นนั้น จะเป็นตัวกำหนดกรอบและแนวทางการเติบโตของกลุ่มประชาคมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาค

2. องค์กรและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ปฏิบัติหน้าที่เฉพาะในส่วนที่รับผิดชอบภายใต้กรอบที่มีอยู่อย่างกว้างๆ มีการติดต่อประสานงานและเกี่ยวข้องกันเท่าที่จำเป็น ไม่มีการประสานเป็นเครือข่ายประชาคมที่ชัดเจน

3. การมองการท่องเที่ยวว่าเป็นเพียงผลพลอยได้ ชุมชนจึงไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการจัดการในเชิงธุรกิจ จึงยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีและวิถีของชุมชนเอาไว้ได้ การไม่เสริมแต่งหรือมีการจัดการที่ผิดแผกจากความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิต จึงเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. การจัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยมีหน่วยงานหลักเป็นผู้จัดการและชุมชนเป็นเพียงผู้เข้าร่วมโครงการ มักไม่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการดำเนินงานตามโครงการที่มีเงื่อนไขในเรื่องเวลา

5. การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน สิ่งที่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องพิจารณา เพื่อประสานความเป็นไปได้ในการดำเนินการให้เกิดความพอดี คือ การพัฒนากิจกรรมบริการท่องเที่ยว (เช่น ของที่ระลึก ความสะอาดตามหลักสุขาภิบาล ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร) ให้เป็นที่ยอมรับได้ตามมาตรฐานสากล กับความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติพันธุ์ มิเช่นนั้นแล้วการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่ทำลายวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนมากกว่าจะเป็นเครื่องมือในการสืบสานความเป็นชาติพันธุ์ ดังเช่นการพัฒนา การท่องเที่ยวที่ผ่านมา