



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารั้วนี้เป็นการศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกันของเรื่องต่างๆ คือ การจัดการแหล่งอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่อยู่อาศัย ภายหลังจากการท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทในชุมชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งศาสตร์ทางด้านต่างๆ ทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยว และด้านชุมชน ดังหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและการจัดการองค์กร
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์
- 2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพัฒนาที่ยั่งยืน
- 2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.9 แนวความคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
- 2.10 แนวความคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2.11 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว
- 2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการและการจัดการองค์กร

สิ่งที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของกิจกรรมมนุษย์ คือ การจัดการ มนุษย์มีการรวมกลุ่มกันเพื่อความสำเร็จในเป้าหมาย มนุษย์ไม่สามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ด้วยตัวคนเดียว การจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรวมกลุ่มของบุคคลและสังคมต้องขึ้นอยู่กับพลังกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มก็ขยายใหญ่ขึ้น งานของผู้บริหารจึงเพิ่มความสำคัญยิ่งขึ้น

2.1.1.1 การจัดการ

การจัดการ (Management) คือ กระบวนการนำเอาทรัพยากรต่างๆ ขององค์การมาปฏิบัติโดยการวางแผน การจัดการองค์การ การสั่งการ และการควบคุม เพื่อเป้าหมายขององค์การในการผลิตสินค้า หรือการบริการสำหรับลูกค้า (Thierauf, Klekamp และ Geeding, 1968)

การจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้จัดการใช้ศิลปะ และกลยุทธ์ต่างๆ ดำเนินกิจการตามขั้นตอน โดยอาศัยความร่วมมือแรงร่วมใจของสมาชิก ในองค์การ มีการพิจารณาถึงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และ

ความมุ่งหวังด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์การควบคู่ไปด้วย จึงจะทำให้องค์การประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (สรวัดน์ และ ภาวนา, 2548)

การจัดการ คือ การสั่งการ และทำงานร่วมกันกับผู้อื่นเพื่อทำให้เกิดการทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยการวางแผน จัดองค์กร ชี้นำ และควบคุม (พสุ เดชะรินทร์, 2548)

การจัดการ เป็นกระบวนการออกแบบ และรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งบุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่ม ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Wehrich and Koontz, 1993: 4) หรือหมายถึงกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การโดยการวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การชักนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) มนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์การ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Bovee and Others, 1993: 5) จากความหมายนี้การจัดการเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกันซึ่งผู้จัดการต้องเข้ามาช่วยเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ ประเด็นสำคัญของการจัดการ (Management) มีลักษณะดังนี้

- (1) การจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์การใดองค์การหนึ่งก็ได้
- (2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคน คือ การสร้างกำไร
- (3) การจัดการเกี่ยวข้องกับผลผลิต (productivity) ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness)

- (4) การจัดการนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์การ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดการ คือ กระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่เลือกสรรไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารมีหน้าที่ในการวางแผน การจัดการองค์การ การจัดบุคคลเข้าทำงาน การชักนำ และการควบคุมมนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ซึ่งถือได้ว่าการจัดการเป็นกิจกรรมที่สำคัญในทุกระดับขององค์การ

2.1.1.2 หน้าที่ทางการจัดการ (Management Functions)

ในปัจจุบันผู้บริหารในแต่ละระดับจะต้องปฏิบัติหน้าที่ทางการจัดการทั้งสี่ประการให้ดีที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในปัจจุบันหน้าที่ทางด้านจัดการ มี 4 ประการ ได้แก่ (พสุ เดชะรินทร์, 2548)

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมายที่ต้องการที่จะบรรลุและหาแนวทางที่จะบรรลุต่อเป้าหมายดังกล่าว
2. การจัดองค์กร (Organization) เป็นการกำหนดโครงสร้าง กิจกรรม หน้าที่ บุคคลากร รวมทั้งทรัพยากร (Resource) อย่างอื่นขององค์การให้เหมาะสม เพื่อที่จะได้สามารถสนับสนุนให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปตามแผนที่วางไว้
3. การชี้นำ (Leading) เป็นการจูงใจ สั่งการ และชี้นำผู้ใต้บังคับบัญชาให้ทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. การควบคุม (Controlling) เป็นการประเมินผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายและปรับเปลี่ยนแก้ไขเป้าหมายหรือการดำเนินงานให้มีความเหมาะสม

2.1.2 การจัดการองค์การ

2.1.2.1 ความหมายของการจัดองค์การ

การจัดการองค์การ (Organization) คือ กระบวนการที่กำหนด กฎ ระเบียบ แบบแผน ในการปฏิบัติงานขององค์การ ซึ่งรวมถึงวิธีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ความพยายามของผู้บริหารที่จะต้องหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อที่จะมอบหมายงาน (Delegation) และอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน โดยมีการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างระมัดระวัง (ชวลิต ประภวานนท์, 2541)

2.1.2.2 หน้าที่การ้องค์การและความสำคัญของการ้องค์การ

ชวลิต ประภวานนท์, (2541) กล่าวถึง หน้าที่การ้องค์การ (Organization Function) ว่าเป็นภาวะที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ จะต้องทำหน้าที่ในการวางแผนกำลังคน และทรัพยากรต่างๆ ภายในองค์การ เพื่อป้องกันการสูญเสียจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งหน้าที่การ้องค์การจะมีผลต่อการออกแบบโครงสร้างของ้องค์การ คือโครงสร้างของ้องค์การจะต้องออกแบบให้ชัดเจนว่า ใครทำหน้าที่อะไร ใครรับผิดชอบอะไร เพื่อจัดอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ส่วนความสำคัญของการ้องค์การ เนื่องจาก้องค์การในปัจจุบันมักจะมีขนาดใหญ่ เพราะฉะนั้นจึงมีความสับสนในการปฏิบัติงานว่างานนั้นใครเป็นคนรับผิดชอบ และงานนั้นจะมีขั้นตอนหรือวงจรในการปฏิบัติอย่างไร (Process or operation cycle) การ้องค์การจะทำให้ทราบแนวทางปฏิบัติงาน (Work flow) จึงทำให้เราไม่ทำงานซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกันในพื้นที่ นอกจากนั้นยังช่วยให้พนักงานได้ทราบขอบเขตของงาน การติดต่อประสานงานกันจะได้สะดวกขึ้นจึงทำให้ผู้บริหารสามารถที่จะตัดสินใจ (Decision Making) ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

2.1.2.3 องค์ประกอบในการจัดการ้องค์การ

ในการจัดการ้องค์การผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของการจัดการ้องค์การที่ดีเพื่อประโยชน์ในการจัดการ้องค์การและการวางรูปแบบของ้องค์การอย่างเหมาะสม (อารีย์ กัลปนาม, 2539) องค์ประกอบที่ควรทราบได้แก่

1. การจัดแผนงาน (Departmentation) การจัดการ้องค์การที่ดีนั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาแบ่งแยกหน้าที่การงานออกเป็นกลุ่มๆ และจัดตั้งขึ้นมาในลักษณะแผนกต่างๆ ใน้องค์การ โดยใช้หลักพื้นฐานในการจัดแบ่งแผนก คือ การจัดแผนงานโดยใช้หน้าที่เป็นหลัก ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ ใช้พื้นที่เป็นเกณฑ์ ใช้ลูกค้าเป็นเกณฑ์ การจัดแผนงานตามกระบวนการ และการจัดแผนงานโดยใช้จำนวนคนเป็นเกณฑ์

2. หลักของการมีเอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of command) ในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาคนใดก็ตาม ผู้ใต้บังคับบัญชาควรที่จะได้รับคำสั่งจากผู้บัญชาเพียงคนเดียว แต่ปัจจุบันการทำงานมักจะละเลยในหลักการนี้จึงเป็นผลทำให้งานล่าช้า และเกิดการอู้งานของผู้ใต้บังคับบัญชา เพราะจะต้องรับคำสั่งในการทำงานจากผู้บังคับบัญชาร่วมกันหลายคน

3. การรวมอำนาจ (Centralization) เป็นการจัดการ้องค์การที่ได้สงวนหรือรักษาอำนาจในการตัดสินใจวินิจฉัยสั่งการไว้ที่ส่วนกลางของ้องค์การและนอกจากนั้นการตัดสินใจส่วนใหญ่มักเกี่ยวกับ

กิจกรรมต่างๆ ในองค์กรไม่ได้กระทำโดยผู้ปฏิบัติงาน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับสูงกว่า เช่น งานด้านการเงิน การวางนโยบายการบริหารงานบุคคล และการควบคุม

4. การกระจายอำนาจ (Decentralization) เป็นการจัดการองค์การที่มุ่งจะกระจายอำนาจและความเป็นอิสระในการตัดสินใจไปยังผู้บริหารระดับสองรองลงมาหรือหน่วยงานสาขา ทั้งนี้จะมีการกำหนดวิธีการและขอบเขตของการกระจายอำนาจ จะเพียงใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความเหมาะสม แต่ผู้บริหารจะต้องตระหนักว่า แม้ว่าการกระจายอำนาจจะช่วยก่อให้เกิดผลดีต่างๆ แก่องค์การมากมาย แต่ในการบริหารงานขององค์การ ผู้บริหารไม่สามารถกระจายอำนาจให้แก่ผู้อื่นอย่างเต็มที่ ได้ อย่างน้อยจะต้องมีการควบคุมทางการเงิน เพื่อลดความคล่องตัวของผู้ที่ได้รับมอบหมาย

5. ช่วงการควบคุม (Span of control) เป็นความพยายามในการกำหนดจำนวนของผู้ใต้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชาหนึ่งคน และพยายามกำหนดขอบเขตการรับผิดชอบของผู้บริหาร ในการจัดการองค์การที่ผู้บริหารควรมีการพิจารณาถึงขนาดของช่วงการควบคุม ถ้าในองค์กรได้มีการจัดช่วงการควบคุมที่ยาวหรือมากเกินไป อาจจะทำให้การควบคุมบัญชาไม่เกิดผลดีเท่าที่ควร และงานที่ได้ขาดประสิทธิภาพ เพราะการดูแลของผู้บริหารไม่ทั่วถึง

6. หน่วยงานที่สำคัญในองค์กร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท

6.1 หน่วยงานหลัก (Line) เป็นงานที่จะต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานหลักสามารถจัดให้อยู่ในลักษณะของสายการบังคับบัญชาปกติได้

6.2 หน่วยงานที่ปรึกษา (Staff) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ที่ช่วยเหลือคอยให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ หรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานหลักให้มีการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น ลักษณะงานของหน่วยงานที่ปรึกษาจะช่วยให้วัตถุประสงค์ขององค์การสำเร็จได้โดยทางอ้อม

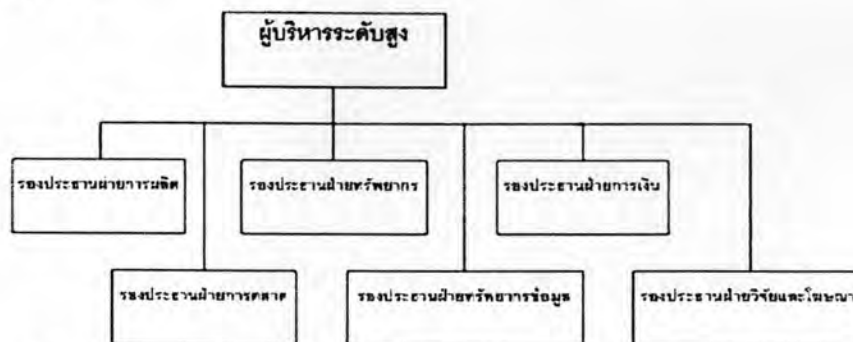
6.3 หน่วยงานอนุกร (Auxiliary) เป็นหน่วยงานที่คอยให้บริการแก่หน่วยงานหลักและหน่วยงานที่ปรึกษาส่วนมากเป็นงานด้านธุรการ และการอำนวยความสะดวกแต่ไม่มีหน้าที่บริการลูกค้าขององค์การแต่อย่างใด

7. สายการบังคับบัญชา (Line of Authority) หมายถึง ความสัมพันธ์ตามระดับชั้นระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา สมาชิกในองค์การทุกคนจะต้องอยู่ในสายการบังคับบัญชาตามที่ได้กำหนดไว้ และการที่บุคคลใดอยู่ในสายบังคับบัญชาของผู้บังคับบัญชาคนใดคนหนึ่งก็แสดงให้เห็นว่า บุคคลนั้นจะต้องรับผิดชอบต่อรายงานผลการปฏิบัติงานไปยังผู้บังคับบัญชาไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และนอกจากนั้นยังบอกให้ทราบถึงสายการติดต่อสื่อสาร อำนาจหน้าที่

2.1.2.4 รูปแบบองค์การ

ชวลิต ประภวานนท์, (2541) ได้กล่าวถึงรูปแบบองค์การว่า ผู้บริหารระดับสูงสามารถที่จะเลือกการออกแบบองค์กรได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ขององค์การ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี ขนาดองค์กร และวงจรชีวิต รูปแบบพื้นฐาน แยกได้เป็น 4 แบบได้แก่ แบ่งตามหน้าที่ , แบ่งตามแผนก , แบ่งตามประเภทธุรกิจที่แตกต่าง และแบ่งตามแมทริกซ์

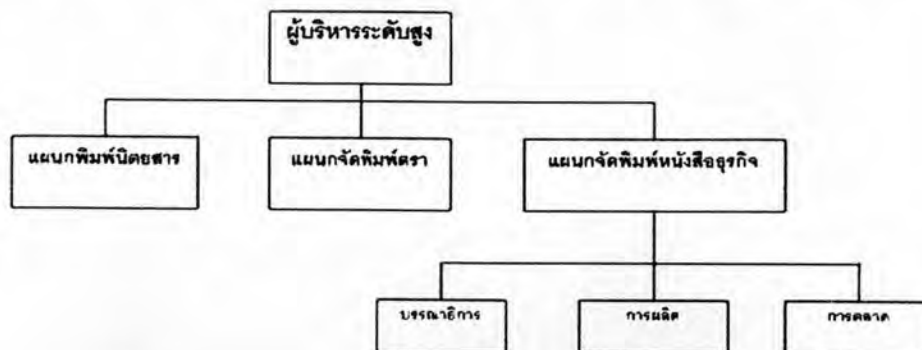
1. การออกแบบองค์การตามหน้าที่ (Functional organization) เป็นโครงสร้างการจ้ดองค์การซึ่งมีการจัดแผนกโดยถือเกณฑ์หน้าที่หรือความชำนาญเฉพาะอย่าง โดยจะมีแผนกแยกต่างหากเป็นการบัญชี และการเงิน การบุคคลากร การผลิต การตลาด ฯลฯ ขึ้นอยู่กับหน้าที่ของพนักงาน หรือความชำนาญ พิจารณารูปดังนี้



แผนภูมิที่ 2-1 แสดงการจ้ดองค์การตามหน้าที่ (Functional organization)

ข้อดี คือ สามารถที่จะพัฒนาความรู้ ความสามารถได้เฉพาะในแต่ละหน้าที่ จะเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ เพราะว่า ทรัพยากรได้มีการจัดสรรตามหน้าที่ ไม่ก่อให้เกิดความซับซ้อน ข้อจำกัด เช่น การร่วมกันหรือการประสานงานระหว่างแผนกทำได้ลำบาก เนื่องจากการติดต่อสื่อสาร และแต่ละแผนกก็เน้นความสำคัญของเป้าหมายของตนมากเกินไป โดยไม่คำนึงถึงเป้าหมายรวมขององค์การ เหมาะสำหรับองค์การขนาดเล็ก และยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ ความชำนาญไปด้วย

2. การออกแบบองค์การตามแผนก (Divisional organization) จะมีการแยกองค์การออกเป็นแผนกๆ โดยอาศัยความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ ลูกค้า ภูมิศาสตร์ และวิธีอื่นๆ ดังรูป



แผนภูมิที่ 2-2 แสดงการออกแบบองค์การตามแผนก (Divisional organization)

การออกแบบวิธีนี้จะสามารถใช้ได้กับองค์การที่มีขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ได้ โดยแต่ละแผนกก็จะประกอบไปด้วยหน้าที่ต่างๆ เพราะฉะนั้นการตัดสินใจจึงอยู่ในรูปของการกระจายอำนาจ อย่างไรก็ตามผู้บริหารระดับสูงในองค์การก็จะต้องมีการประสานงาน และตัดสินใจ ซึ่งผลกระทบกับทุกแผนก

ข้อดี คือ ก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละแผนก โดยเฉพาะมีความสำคัญมากต่อองค์การขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีการตัดสินใจเกิดขึ้นวันต่อวัน ทำให้การตัดสินใจรวดเร็ว ทั้งนี้

เพราะว่าแต่ละแผนกก็ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่จากองค์การในลักษณะการกระจายอำนาจ ข้อจำกัด ก็คือค่าใช้จ่าย และมีการใช้ทรัพยากรที่ซ้ำซ้อนกันในแต่ละแผนก

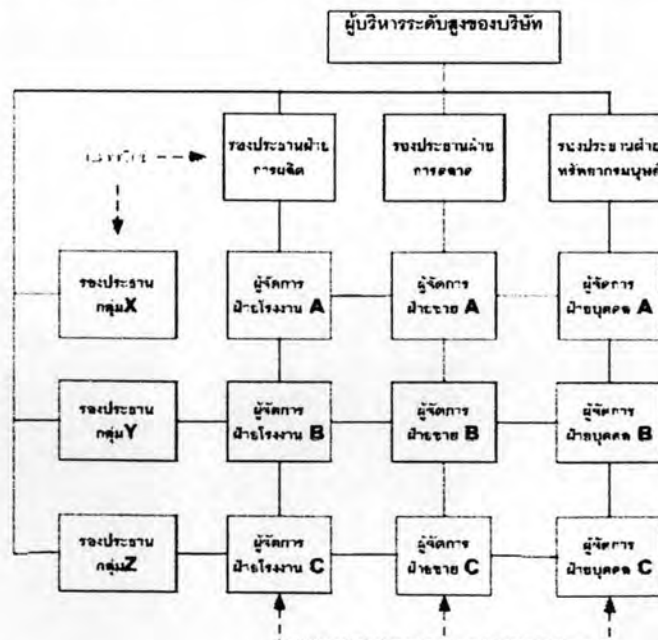
3. การออกแบบของค์การแบบแยกธุรกิจ (Conglomerate organization) เกิดขึ้นในแผนกนั้นมีขนาดใหญ่และลักษณะงานไม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจเดิม ดังรูป



แผนภูมิที่ 2-3 แสดงการออกแบบของค์การแบบแยกธุรกิจ (Conglomerate organization)

ในทางตรงกันข้ามกับการออกแบบของค์การตามแผนก เนื่องจากแต่ละแผนกมีความสัมพันธ์กันทางเทคโนโลยี ลูกค้า ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบอื่นๆ แต่การจัดของค์การแบบธุรกิจมีส่วนคล้ายกันน้อยมาก หรือไม่เกี่ยวข้องกัน อย่างไรก็ตามผู้บริหารระดับสูงก็ยังคงต้องวางแผนกลยุทธ์โดยรวมขององค์การ เพื่อจัดสรรทรัพยากรระหว่างแผนก และแจกแจงผลปฏิบัติตามแผนก

4. การออกแบบของค์การแบบเมทริกซ์ (Matrix organization) เป็นการจัดการในลักษณะแผนก แต่ขึ้นกับหน้าที่ของค์การ โดยจะมีสายการบังคับบัญชา 2 สายที่เกิดขึ้นพร้อมกัน คือ จากสายงานการบังคับบัญชาที่เป็นงานประจำ กับสายการบังคับบัญชาที่เป็นงานโครงการ แม้ว่าสายการบัญชาจะเกิดขึ้น 2 ทาง แต่ก็ไม่ได้เกิดทุกแห่งในของค์การ



แผนภูมิที่ 2-4 แสดงการออกแบบของค์การแบบเมทริกซ์ (Matrix organization)

การจัดองค์กรแบบเมทริกซ์ ผลของการทำงานไขว้กับสายการบังคับบัญชาในองค์กรแบบเมทริกซ์ ทำให้สมาชิกในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน ผลลัพธ์จากการทำงานออกมาดีมากกว่าให้งานบรรลุเป้าหมาย

ข้อดี คือ องค์กรสามารถนำพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านมาช่วยทำงาน ทำให้ผลงานออกมามีประสิทธิภาพ และยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ โดยไม่จำเป็นต้องรับพนักงานเพิ่ม และเป็นการทำให้พนักงานทำงานเต็มที่ แต่ข้อจำกัด บางครั้งทำให้เกิดความสับสนว่าตนเองมีสายการบังคับบัญชา 2 สาย ทำให้การกำหนดความสำคัญงานไม่ถูกว่าจะทำงานประจำก่อนหรือทำงานโครงการก่อน

การออกแบบองค์กร มีการพัฒนาและนำไปปฏิบัติกับโครงสร้างองค์กรต่างๆ ตามความเหมาะสมการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบองค์กรจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ มาพิจารณาร่วมกัน ผู้จัดการสามารถที่จะออกแบบองค์กรให้ประสบความสำเร็จ เพราะฉะนั้นการเลือกการออกแบบองค์กรจึงขึ้นกับความเหมาะสมกับสถานการณ์

พจนานุกรม (2546) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นจะต้องมีองค์กรที่เข้ามารับผิดชอบในการทำงาน เนื่องจากลักษณะงานต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นบุคคลภายนอก หรือหน่วยงานภายนอกที่ต้องประสานความร่วมมือด้วย หากชุมชนไม่จัดตั้งองค์กรที่ชัดเจนหรือบอกได้อย่างชัดเจนว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้โครงสร้างขององค์กรใดในชุมชนก็จะทำให้เกิดความสับสนได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่นำชื่อของชุมชนมาเป็นภาพลักษณ์หนึ่งขององค์กร นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรส่วนรวมของชุมชน ยิ่งจำเป็นจะต้องสร้างรูปแบบการบริหารงานองค์กรให้ชัดเจน เพื่อบริหารงานและรับผิดชอบต่อสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ให้ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและตรวจสอบการทำงานได้

การจัดตั้งองค์กรเพื่อเข้ามาดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรจะต้องแสดงตนต่อชุมชนได้อย่างน้อย 7 ประเด็น ด้วยกัน ได้แก่

1. ชื่อขององค์กร ที่ตั้งสำนักงาน และที่อยู่
2. วัตถุประสงค์ขององค์กร
3. คุณสมบัติหรือที่มาของสมาชิก
4. คณะกรรมการ
5. ที่ปรึกษา
6. โครงสร้างการทำงาน บทบาทหน้าที่ วาระการทำงาน
7. งบประมาณ

การที่จะชี้วัดองค์กรที่เข้ามาทำหน้าที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวแทนผลประโยชน์ที่แท้จริงของชุมชนหรือไม่ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วม หัวใจของการทำงานชุมชน คือ การที่ชาวบ้านมีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของโครงการ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อกระบวนการทำงานได้ให้ชาวบ้านได้ร่วมคิด ร่วมทำตั้งแต่เริ่มต้น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดทิศทาง และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ในชุมชนบางแห่งเริ่มดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในระยะแรกอาจมีผู้เข้าร่วมน้อย อาจเกิดจากความไม่เข้าใจหรือไม่

ดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในระยะแรกอาจมีผู้เข้าร่วมน้อย อาจเกิดจากความไม่เข้าใจหรือไม่พร้อมในระยะแรก อย่างไรก็ตามกลุ่มต้องเปิดโอกาสให้ชาวบ้านสามรถเข้ามามีส่วนร่วมได้ภายหลัง และไม่สร้างกฎ กติกาที่จำกัดการเข้ามามีส่วนร่วม บางครั้งเป็นไปได้ยากที่จะทำให้ชาวบ้านทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมทางตรง แต่งานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรให้สมาชิกในชุมชนได้รับประโยชน์ไม่ทางตรงก็ทางอ้อมในการจัดการท่องเที่ยว

2. *การกระจายบทบาทการทำงาน* การที่การท่องเที่ยวมีกิจกรรมหลากหลาย การแบ่งบทบาทหน้าที่การทำงานให้กระจายไปยังสมาชิก จะทำให้การบริหารงานคล่องตัว นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิง ผู้อาวุโส เยาวชนได้แสดงบทบาทและศักยภาพของตนในการทำงาน

3. *การกระจายผลประโยชน์* การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้และผลตอบแทนให้กับชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดการผลประโยชน์ให้กระจายตัวสู่คนในชุมชนและสมาชิกผู้ดำเนินการท่องเที่ยว

การจัดการผลประโยชน์นั้นควรแยกออกเป็น

1. *ผลประโยชน์ทางตรงที่สมาชิกของกลุ่ม/ องค์กรท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้รับจากการให้บริการการท่องเที่ยว*

2. *ผลประโยชน์ทางอ้อมที่แม้ว่าสมาชิกทุกคนในชุมชนจะไม่ได้รับโดยตรงจากการท่องเที่ยวเพราะไม่ได้เป็นสมาชิก แต่ก็ควรได้รับการจัดสรรผลประโยชน์ในส่วนงานสาธารณะประโยชน์ของชุมชน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องจัดสรรเงินจากผลการดำเนินงานออกมาในรูปกองทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของชุมชน*

นอกจากนี้ยังมีผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวหลายประการ เช่น การขายของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทำให้มีเงินหมุนเวียนในหมู่บ้าน ร้านค้าขายของได้มากขึ้น มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหมู่บ้านเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชุมชนเป็นที่รู้จัก และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ มากขึ้น

4. *มีระบบการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ระบบการเงินที่เข้าใจง่าย ตรวจสอบได้ และการกระจายบทบาทการทำงาน มีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการบริหารงานขององค์กร เนื่องจากการท่องเที่ยวมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องในหลายด้าน การวางระบบที่ดีช่วยให้สมาชิกในกลุ่มไม่หวาดระแวงกันเรื่องผลประโยชน์ในภายหลัง สิ่งที่ต้องควรต้องทำให้การทำงานโปร่งใสตรวจสอบได้มีดังนี้*

5. *มีมาตรการในการควบคุมป้องกันผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม* กลุ่มสามารถออกกฎระเบียบในการท่องเที่ยว หรือแนวทางการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่ในชุมชนให้นักท่องเที่ยวถือเป็นแนวปฏิบัติ นอกจากนี้ยังควรจะต้องมีกลไกการติดตามผลกระทบด้านต่างๆ โดยการตั้งคณะกรรมการขึ้นมารับผิดชอบ หรือจัดทำให้เป็นวิถีปฏิบัติเมื่อมีการท่องเที่ยว ควรต้องมีการรายงานการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่เหมาะสมเพื่อให้มีการเฝ้าระวังและแก้ไขผลกระทบได้อย่างทันที่

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2.1 ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา สนวนศรี, 2540)

อนุชา เล็กสกุลดิถ (2006: 151) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่าง แนวคิดการท่องเที่ยวในชุมชน (Tourism in the Community: TIC) และ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Ecotourism: CBET) ว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยมุ่งเน้นไปที่ชุมชนชนบท มีหลายชุมชนในชนบทที่ประยุกต์ใช้แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้ากับกระบวนการพัฒนาชุมชน เรียกว่า เป็น *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (CBET)* แตกต่างกับ *การท่องเที่ยวในชุมชน (TIC)* ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่เกิดขึ้นในชุมชน (ชนบท) การที่การท่องเที่ยวในชุมชน (TIC) ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมเป็นผลมาจากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มรายได้ ให้กับคนในชุมชน และรักษาวัฒนธรรมของชุมชนนั้นไว้ อีกทั้งอาจทำให้ชุมชนได้ริเริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ อีกด้วย แต่ในทางตรงกันข้ามการท่องเที่ยวก็อาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบได้เช่นเดียวกัน เช่น ทำให้คุณค่าของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ในท้องถิ่นลดน้อยลง และทัศนคติของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้นจากผลกระทบของการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีองค์กรต่างๆ ที่พยายามหารูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวในชุมชน (TIC) ที่จะทำให้คนในท้องถิ่นได้ควบคุมการท่องเที่ยวและผลกระทบจากการท่องเที่ยว และได้รับรายได้ให้สูงที่สุดจากนักท่องเที่ยวที่มาเยือน จึงทำให้แนวคิด *“การท่องเที่ยวโดยชุมชน”* ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่จะถูกควบคุมและจัดการโดยชุมชน ซึ่งหากนำแนวความคิดนี้มารวมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ET) ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการป้องกัน รักษาธรรมชาติ และระบบชีววิทยา ก็จะทำให้เกิดเป็น *“การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (CEBT)”*

2.2.2 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ (พจนา สนวนศรี, 2546) ดังนี้

- **ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม**
 - ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์
 - มีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
 - ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- **องค์กรชุมชน**
 - ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
 - มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลาย
 - ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

- **การจัดการ**

- มีกฎ- กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว
- มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้
- มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

- **การเรียนรู้**

- ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

อนุชา เล็กสกุลติก (2006: 153) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบในการท่องเที่ยว ได้แก่

1. คน หมายถึง ประชากรท้องถิ่นของชุมชนชนบทซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ มีวัฒนธรรม และประเพณีเป็นของตนเอง
2. ธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เป็นปกติ เรียบง่าย สำหรับผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการยังชีพ
3. วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคน จารีตประเพณี ความสัมพันธ์ทางสังคมภายในชุมชนเองหรือ ระหว่างชุมชนกับสิ่งแวดล้อม

กล่าวสรุปว่า ผู้คนที่อาศัยอยู่ในชนบท มักอยู่ใกล้กับป่า หรือชายฝั่ง วิถีชีวิตการดำเนินชีวิตขึ้นอยู่กับเกษตร การทำไร่ ทำนา ทำฟาร์ม การเก็บของป่า การประมง มีความเชื่อเรื่องด้านศาสนา วิญญาณ และมีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยทั่วไปแล้วประเพณีและวัฒนธรรมต่างๆในท้องถิ่นจะถูกแสดงให้นักท่องเที่ยวได้เห็น เมื่อมาเยือนหมู่บ้าน ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวถือเป็นต้นกำเนิดของการเปลี่ยนแปลงในชนบท จากที่เคยเน้นด้านการผลิต เพื่อหารายได้ในการยังชีพ มาเป็นการหารายได้จากการบริการ แต่ในขณะเดียวกันนั้นผู้คนในท้องถิ่นก็ต้องรู้จักแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และต้องยอมรับการเปลี่ยนแปลงบางอย่างของวัฒนธรรมในท้องถิ่น

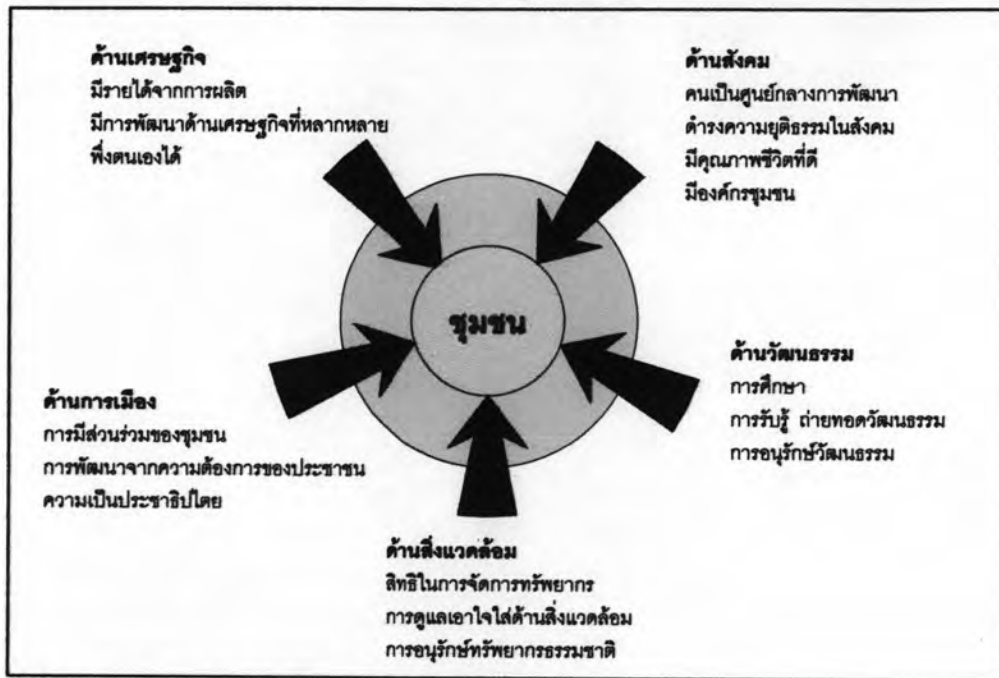
2.2.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาชุมชน

เจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนที่กำลังเผชิญอยู่ เพื่อที่จะเชื่อมโยงเรื่องการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน และมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง

องค์ประกอบหลัก 5 ด้านของการพัฒนาชุมชน มีดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ
2. ด้านสังคม
3. ด้านวัฒนธรรม
4. ด้านสิ่งแวดล้อม
5. ด้านการเมือง

ภาพที่ 2-1 แสดงองค์ประกอบหลัก 5 ด้านของการพัฒนาชุมชน



ที่มา : การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2546: 20)

2.2.4 แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

แนวทางจัดการการท่องเที่ยวทุกท้องถิ่นนั้น มีเป้าหมายคือ หาวิธีการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวแวะเที่ยวนานวันและใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดปี ยิ่งยืนตลอดกาลนับร้อย ๆ ปีได้นั้น ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีวิธีการจัดการดังนี้ (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547)

หลักการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน มีองค์ประกอบ 4 หลักการด้วยกันคือ

1. การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงขอบเขตความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทั้งธรรมชาติ ชุมชนขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในแต่ละแห่งต่อคนต่อวัน
2. ควรตระหนักถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบ(ก่อปัญหาด้านลบ)ต่อชุมชนขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน(เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)

3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้เป็นพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องประสานการจัดการร่วมกัน เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนต่อการท่องเที่ยว

4. การทำธุรกิจท่องเที่ยวนั้นต้องคำนึงถึง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยการประสานงาน ประสานโครงการ และกำหนดแผนงาน นโยบาย ทางเศรษฐกิจ(เพิ่มรายได้) เพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.3.1 ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน

บารุง บุญปัญญา (2528: 84) ได้ให้ความเห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนถูกพิจารณาว่าเป็นเพียงกระบวนการในการทำงาน เช่น ในเรื่องกระบวนการกลุ่มเป็นการสร้างกิจกรรมผ่านตัวแทนจำนวนน้อยของที่ประชุม ด้วยการสร้างผู้นำให้เป็นตัวแทน ซึ่งเป็นแนวคิดของการพัฒนา....และขอบเขตกิจกรรมในการพัฒนาได้ถูกกำหนดไว้แล้ว โดยหน่วยงานพัฒนาแล้วจึงสร้างวิธีการซึ่งเป็นเงื่อนไขซ่อนเร้นจุดมุ่งหมายบางอย่างให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรม และควบคุมกิจกรรมที่กำหนดขึ้นโดยไม่ให้ชาวบ้านรู้

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2531: 34) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการดำเนินงานรวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐ หรือองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยยึดหลักการว่าสมาชิกในชุมชนนั้น ๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและการปฏิบัติงานเพื่อสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของประชาชนในชุมชน

ส่วนองค์การสหประชาชาติ ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนควรจะมีลักษณะจำกัดเฉพาะในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหนึ่งๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้ขยายความมีส่วนร่วมของประชาชน ครอบคลุมประเด็นดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและสังคมได้ร่วมกิจกรรม และมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนาและเอื้อให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน

2. การมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจ และเป็นประชาธิปไตย เอื้อให้เกิดความพยายามพัฒนา การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน และการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบาย การวางแผน และการดำเนินโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติ จะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุนลงแรงกับประโยชน์ที่ดิน

4. ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจผิดแผกแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจของประเทศ นโยบายและโครงสร้างการบริหาร รวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจสังคมของประชากร การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการ แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่มุ่งเอื้อประโยชน์ต่อประชาชน

วันชัย วัฒนศัพท์ (2535: 19) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นกระบวนการซึ่งสาธารณชนมีความห่วงกังวล มีความต้องการ และมีทัศนคติที่จะมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการตัดสินใจ

วันชัย วัฒนศัพท์ (2535: 19) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นกระบวนการ ซึ่งสาธารณชนมีความห่วงกังวล มีความต้องการ และมีทัศนคติที่จะมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการตัดสินใจ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน

Coben&Uphoff (1977) ให้ความเห็นว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ ในการลงมือปฏิบัติการ ในการรับส่วนร่วมแบ่งผลประโยชน์ และการประเมินโครงการ พัฒนา และ Rao(1986) ให้ความเห็นว่าประชาชนควรมีส่วนร่วม ตั้งแต่แรกเริ่ม เพราะหากลงมือปฏิบัติการใน โครงการใดโดยชุมชน โดยเข้าใจหรือไม่ยอมรับ อาจนำไปสู่การคัดค้านในรูปแบบที่รุนแรง

จากกล่าวสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเพื่อแสวงหา ทางเลือก และการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน ทุกฝ่ายเกี่ยวข้องจึง ควรเข้าร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มแรกจนกระทั่งถึงการติดตามและประเมินผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและ การรับรู้ เรียนรู้ การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

2.3.2 รูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ (วันชัย วัฒนศัพท์, 2535) คือ

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจในการดำเนินโครงการ

2. การปรึกษาหารือ (Public Consultation) การปรึกษาหารือ เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการ จัดการหารือระหว่างผู้ดำเนิน การโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมหรือประกอบการจัดทำรายงานการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีการเกิดข้อเสนอแนะ ทางเลือกในการตัดสินใจ

3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) การประชุมรับฟังความคิดเห็น มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือ กิจกรรมนั้นได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลที่จะดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่ นั้นหรือไม่ การประชุมรับฟังความคิดเห็นมีหลายรูปแบบ รูปแบบที่พบเห็นกันบ่อยได้แก่

3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) การประชุมลักษณะนี้จะต้องจัดขึ้นใน ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม การประชุมในระดับนี้ อาจจะจัดในระดับที่กว้างขึ้นได้ เพื่อรวมหลาย ๆ ชุมชนในคราวเดียวกันในกรณีที่มีหลายชุมชนได้รับผลกระทบ

3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มี ข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องมีการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายซักถามและให้ความเห็นต่อโครงการ

3.3 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นการประชุมที่มีขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจนมากขึ้น เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบัง ทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้เสียจากโครงการ การประชุมและคณะกรรมการจัดการประชุมจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับมีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจนและแจ้งให้ทุกฝ่ายรับทราบทั่วกัน

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งในทางปฏิบัติจะให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจต่อประเด็นปัญหานั้นๆ ไม่สามารถดำเนินการให้เกิดขึ้นได้ง่ายๆ อาจดำเนินการให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เลือกตัวแทนของตนเข้าไปนั่งในคณะกรรมการใดคณะหนึ่งที่มีอำนาจตัดสินใจ รวมทั้งได้รับเลือกในฐานะที่เป็นตัวแทนขององค์กรที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่ซึ่งประชาชนมีบทบาท ซึ่งนำการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการพิเศษนั้นๆ ว่าจะมีการวางน้ำหนักของประชาชนไว้เพียงใด

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์

2.4.1 ความหมายของโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (Home Stay) ได้ให้ความหมายว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” ซึ่งหมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม (นักรบ ระวังการณ์, 2545 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) มีความมุ่งหวังที่จะให้ “โฮมสเตย์มาตรฐานไทย” คงความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่เสริมรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพหลักของชุมชน โดยก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างแท้จริง จึงให้คำจำกัดความของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ที่จะเข้ารับการประเมินเพื่อคัดสรรโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ดังนี้

โฮมสเตย์มาตรฐานไทย หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักร่วมกับเจ้าของบ้านหลังเดียวกัน และศึกษารวมชาติ วิถีชีวิตไทยหรือวัฒนธรรมไทย โดยจะมีการจัดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร นอกจากนี้ บ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการเป็น โฮมสเตย์กล่าวคือ

- 1) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
- 2) มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
- 3) นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน

- 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
- 6) บ้านนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

2.4.2 ประวัติและที่มาของโฮมสเตย์

จุดเริ่มต้นและความเป็นมาของโฮมสเตย์ ในทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมืองและร่ำรวยความกตัญญูของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมนักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ขึ้น ได้แก่ Bed & Breakfast บ้านพักฟาร์ม (Farm house) เกสต์เฮาส์ (Guest house) และโฮมสเตย์ที่มีลักษณะคล้ายๆกัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไปตามพื้นที่ประเทศและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเรียกชื่อแตกต่างกันไป แต่ทั้งหมดดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกันคือ ถือว่าผู้ที่เข้ามาพักเป็นแขกของบ้านมิใช่นักท่องเที่ยว (Be a guest, not just a tourist) และภายใต้การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism)

จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมาย การกระจาย อำนาจสู่ ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กร ท้องถิ่น และ หน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับ การสร้างรายได้ ให้กับชุมชนโดยใช้ การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรม การท่องเที่ยว หลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรม Home Stay ก็เป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก ทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐจากการติดตามความเป็นมา พบว่า Home Stay ภายในประเทศไทย เกิดขึ้นมานาน แต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างหลายหลาก หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ตามยุคสมัยดังนี้

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525) กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับผิดชอบต่อปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ และกระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือ ของประเทศไทย นักท่องเที่ยว จะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526-2536) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบ Home Stay ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้ มีการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัด Home Stay เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปัจจุบัน ยุคนี้เป็นการเน้นกระแส การพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบว่า การท่องเที่ยว จะมีแนวโน้มที่ จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ Home Stay โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคม ทั้งรุ่นเก่า และ รุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่อง Home Stay ก็จะเป็นพื้นที่ ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย เข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนรุน) หลังจากพื้นที่ เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก)บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เขยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจ

เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก)บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เรยเจลิ้ม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบ การท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง Adventure Ecotourism และ Home Stay จากการศึกษาที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงาน ของภาครัฐมีนโยบาย สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว ในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรม Home Stay เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ.กุฉินารายณ์ จ.กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพรงพง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็มีการสนับสนุนการจัดการจัดกิจกรรม Home Stay ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทย และ ชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทัศนียภาพของท้องถิ่น โดยมี Home Stay ที่มีความหมายมากกว่า เป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว อย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบ ที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว อย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมอยู่ด้วย

2.4.3 นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไทย

ลักษณะของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ถือเป็นกลุ่มหนึ่งของการตลาดการท่องเที่ยวชนบท ซึ่งขณะนี้ เป็นส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญมาก นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวระดับกลาง (Middle Ground) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวปริมาณ (Mass tourism) ส่วนใหญ่สนใจแค่เฉพาะทะเล แสงแดด และหาดทราย นักท่องเที่ยวระดับกลาง มีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ
2. มีความต้องการและความสนใจที่หลากหลาย
3. มีกำลังซื้อสูง
4. เป็นนักศึกษาหรือนักเรียนรู้หาประสบการณ์

ความต้องการของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทใดหรือระดับใด มีกฎสากลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือ ความต้องการพื้นฐาน 10 ประการ ของนักท่องเที่ยว ตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแนะนำดังนี้

1. เติงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท อาทิ เดินป่า ตกปลา ซี่ม้า ซี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
8. ความบันเทิง อาทิ ดนตรี การเต้นรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงต่างๆ

9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มเจ้าของบ้าน

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกพักโฮมสเตย์

1. นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ใกล้ชิดและได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม
2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะพบปะกับชุมชนท้องถิ่นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง
3. โฮมสเตย์มีราคาถูกกว่าการพักในโรงแรม

2.4.4 มาตรฐานโฮมสเตย์

องค์ประกอบมาตรฐาน โฮมสเตย์ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)

1. ด้านที่พัก ประกอบด้วย

- 1.1 โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง
- 1.2 บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคาที่สามารถกันน้ำฝนได้
- 1.3 มีเตียงที่นอนสบาย
- 1.4 มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะดวก
- 1.5 มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับการนอนทุกครั้ง
- 1.6 มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ
- 1.7 มีการดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

2. ด้านอาหารและโภชนาการ ประกอบด้วย

- 2.1 มีอาหารปรุงมาอย่างดี
- 2.2 ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย
- 2.3 ครวอยู่ในสภาพที่สะอาด ไม่มีกลิ่น
- 2.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ
- 2.5 มีน้ำดื่มที่สะอาด
- 2.6 มีร้านอาหารชุมชน

3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวใกล้พื้นที่ ประกอบด้วย

- 3.1 มีกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา ซี่ม้า ปีนเขา ซี่จักรยาน ฯลฯ
- 3.2 มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาน
- 3.3 มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ
- 3.4 มีกิจกรรมบันเทิง เช่น ดนตรี การเดินรำ การแสดงพื้นบ้าน
- 3.5 มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

4 ด้านการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 4.3 มีเครื่องมือสื่อสารตลอดจนการเคลื่อนย้ายที่เหมาะสมหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย
- 4.4 มีการตั้งเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน
- 4.5 มีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งของต่าง ๆ ในที่พัก เพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ

5 ด้านการบริหารจัดการและบริการ ประกอบด้วย

- 5.1 มีการรวมกลุ่มชาวบ้าน จัดการในรูปแบบของชมรม หรือสหกรณ์ หรือกลุ่มชาวบ้าน
- 5.2 มีคณะกรรมการบริหารโครงการเป็นรูปธรรม
- 5.3 มีการกำหนดข้อปฏิบัติ สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต

ประเพณี ความเชื่อ ของชุมชน

- 5.4 มีระบบการจองล่วงหน้า และลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
- 5.5 มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน
- 5.6 มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก
- 5.7 ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จาก Home Stay อย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพ

ดั้งเดิมของชุมชน

- 5.8 มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ที่เป็นคนท้องถิ่น

6 ด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย

- 6.1 มีแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน ประวัติศาสตร์
- 6.2 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 6.3 มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ
- 6.4 มีสถานพยาบาล ไปรษณีย์ ธนาคารอยู่ไม่ไกลเกินไป
- 6.5 พื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชนท้องถิ่น รักษาวัฒนธรรมและประเพณีเก่าแก่

7 ด้านมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย

- 7.1 มีร้านขายของที่ระลึก
- 7.2 มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต
- 7.3 มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน
- 7.4 มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ

8 ด้านส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- 8.1 มีคู่มือการท่องเที่ยวเป็นของตนเอง
- 8.2 มี Website เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว
- 8.3 มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยว Home Stay ของกระทรวง
- 8.4 มีแผนที่แสดงที่พักและเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
- 8.5 มีตารางกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือก

2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.5.1 ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) เป็นเครื่องหนึ่งในสหประชาชาติ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540 อ้างถึงใน จิตติมา สุขผลิน, 2539: 10) ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary) แต่ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่เป็นประจำ

2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง (Voluntary) ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือรายได้

ดังนั้น การเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเชิงจรรยา และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่เห็นชัดเจนว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การกีฬา การติดต่อธุรกิจ การศึกษาค้นคว้าความรู้ ตลอดจนการเยี่ยมญาติมิตร ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542: 2-5) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางที่หนึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Lawson and Buad-boby : 1977) เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (R.W. Mc Intosh : 1972)

นอกจากนี้การศึกษาของ Mc Intosh and Goeldner (1980) ได้สรุปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

จากการศึกษาความหมายของการท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ศึกษา สามารถสรุปได้ว่า

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้เป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการและกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งปวง

2.5.2 บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศอย่างมาก อันเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็น

กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดที่นำรายได้มาสู่ประเทศ และมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจด้านอาหาร ฯลฯ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การผลิตสินค้าต่างๆ ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้ ทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ธุรกิจการให้บริการต่างๆ ดีขึ้นและทันสมัยมากขึ้น เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักและอาหาร การนำเที่ยว การค้าขายของที่ระลึกต่างๆ ดุลการชำระเงินดีขึ้น มีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่เมืองไทยเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เนื่องจากมีการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน ตัวอย่างเช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ช่วยให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

จิตติมา และ วรรณนา (2540) ได้กล่าววาทะพาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว คือ ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม และช่วยในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและเกียรติภูมิของประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวโลกมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงความมีชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึง การเป็นชาติที่เก่าแก่ มีศิลปะและสถาปัตยกรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาก่อน

2.5.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Collier and Harraway (1997: 18-19) ได้กล่าวสรุปอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ส่วนคือ

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮ้าส์ ฯลฯ การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการต่างๆ (Attraction, Activity and Ancillary Service) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จาก มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ เป็นต้น ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจ
4. การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (Specialy Channels) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายทัวร์รถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ไทยาทอร์น ซีเนรุ่งโรจน์, 2532) ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไว้ว่า ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรมและโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มิได้อยู่แล้วในธรรมชาติ)
6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 2-7,10) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อ นักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในการบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึง การส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องดังนี้

- ผู้มาเยือน (Visitors) ผู้ที่จากถิ่นพำนักของตนเอง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ นั่นคือ หมายถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท

- นักท่องเที่ยว (Tourist) หรือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ค้างคืน คือ ผู้เดินทางมาเยือนพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อให้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

- นักทัศนจร (Excursionists) หรือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่ค้างคืน คือ ผู้เดินทางที่ไม่พักค้างคืน

จากการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้ข้อสรุปว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้น มีองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยๆ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

- 1 แหล่งท่องเที่ยว (สินค้าท่องเที่ยว หรือ สถานที่ท่องเที่ยว)
- 2 บริการการท่องเที่ยว
 - 2.1 การคมนาคมขนส่ง (ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
 - 2.2 ข้อมูลข่าวสารและการบริการต่างๆ เช่น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว ฯลฯ
 - 2.3 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
 - 2.4 องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม ระบบประปา ระบบไฟฟ้า ถนนหนทาง ฯลฯ
- 3 ตลาดการท่องเที่ยว
 - 3.1 นักท่องเที่ยว
 - 3.2 ธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.6.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เริ่มมีขึ้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2519 เป็นต้นมา โดยในช่วงแรก เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ พร้อมกับความสนุกสนานเพลิดเพลินในการเดินทาง

ท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวยังมีลักษณะเป็นกลุ่มเล็กๆ และเป็นกลุ่มผู้สนใจพิเศษเฉพาะเรื่อง เช่น การเดินป่า ดูนก ดำน้ำชมปะการัง และเดินชมศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นต้น ต่อมาในช่วงพ.ศ. 2525-2535 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวหลักทั่วประเทศ จึงได้พยายามสรุปบทเรียนที่ผ่านมาและนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป (การท่องเที่ยวและการกีฬา, 2545: 9)

2.6.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้มีความหมายแตกต่างกันไปตามพื้นที่ภูมิประเทศและทิศทางการปฏิบัติของผู้ให้ความหมาย ความหมายต่างๆ ของ Ecotourism นั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงมิติที่ต่างกันไป (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542: 2-17)

สถาบันวิจัยกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540: 51) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538-2539: 11) Ecotourism หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

ชุมชนโฮมสเตย์ (2546) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณา คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นรวมถึงการกระจายรายได้

2.6.3 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชาวลิต สิทธิฤทธิ์ (2545) อ้างถึงใน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ได้จัดองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่ที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการ

สิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบ**ด้านกิจกรรมและกระบวนการ** เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

4. องค์ประกอบ**ด้านการมีส่วนร่วม** เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่นทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยและในที่สุดแล้วท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า จนถึงการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน



หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไป ความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ

ลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ มีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพัฒนาอารยธรรมของมนุษย์ในการเอาชนะธรรมชาติ ลักษณะเฉพาะนี้จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ใช่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแม้จะมีความหมายคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตาม ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวธรรมชาติ จึงไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวนั้นๆ

จากลักษณะดังกล่าว จึงมีสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเพิ่มเติมดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ไม่มุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและรายได้เป็นหลัก

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ใช่สิ่งตรงข้ามกับการท่องเที่ยวแบบคนละใหญ่ เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ได้จำกัดอยู่ที่ขนาดของการท่องเที่ยว แต่อยู่ที่รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่และการจัดการ

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่าย ราคาถูก มีรายได้น้อย เพียงแต่มีการจัดการที่ดี มีการประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับ และมีรายได้สูงเช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงให้ความสำคัญในการให้การศึกษา และสร้างจิตสำนึกมากกว่าการให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ดีต้องมีการประสานความเข้าใจตลอดกระบวนการ

2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับ พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2.7.1 ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวทั่วโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น " ได้รับการคาดหมายให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณาภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่างๆที่เอื้อต่อชีวิต " เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เสวลักษณ์ เลิศบุญ สุรพลชัย, (2549) ได้กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาธรรมชาติและสิ่งก่อสร้างต่างๆ อย่างประหยัด เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ทำให้เสียไปโดยไร้ประโยชน์ ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีต่อมนุษย์ ชุมชนที่อยู่อาศัย ณ ที่นั้นๆ และ นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน รวมทั้งการรักษาและพัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนั้น หากสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย สูญหายไป จะเป็นการทำลายการท่องเที่ยวด้วย เส้นนี้และความน่าสนใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ นั้น เนื่องจากความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ณ ที่นั้นๆ เป็นสำคัญซึ่งเป็นแก่นหรือปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมมีความหมายถึง ชุมชน สังคม วัฒนธรรมนิยมประเพณี สิ่งก่อสร้าง และ ธรรมชาติ ที่มีอยู่ ณ ที่นั้นๆ

2.7.2 หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญอยู่ 10 ประการ (รำไพพรรณ, 2544 อ้างถึงใน Shirley Eber 1993)

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (using resource sustainable) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและศูนย์การท่องเที่ยว ก็ทำและนันทนาการจังหวัดต้องมี วิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นประกอบด้วย

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี วัสดุการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้ มีมากเพียงพอต่อการใช้ เพื่อการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ ทรัพยากรอย่างประหยัด อย่างเหมาะสมนั้น สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (reducing over-consumption and waste) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดต้องร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ และคุณภาพ เหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิภูล ต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้ง อาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse Renew Recycle) ขยะเปียก อาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (maintain diversity) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยวโดยการรักษาและ ส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการ ท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (integrating tourism into planning) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ แต่ต้องประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) แผนพัฒนาของสำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของ กระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องใน พื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพ เพิ่มขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (supporting local economy) ศูนย์การ ท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรใน ท้องถิ่นนำไป ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วม โดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (involving local communities) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัด จะต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรม สาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขาย

การท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. **มีการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน** (consulting stakeholders and the public) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดต้องประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่ม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. **การพัฒนาบุคลากร** (training staff) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิถีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการ การท่องเที่ยว

9. **การจัดเตรียมข้อมูล** **คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว** (marketing tourism responsibly) ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดจะต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อม และเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปเอกสาร แผ่นพับ หนังสือ คู่มือ วิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. **ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย** (undertaking research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่ม คุณค่า คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่อการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดและ ผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถาม ผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาด การท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทวิพยากรณ์การท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการมีกำไรแม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติสังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้หลักการพื้นฐานของความยั่งยืน จะต้องได้รับการปฏิบัติโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่เฉพาะแต่การท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง การท่องเที่ยวขนาดเล็ก การท่องเที่ยวราคาแพง หรือการท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดบนเท่านั้น หากยังรวมถึงการท่องเที่ยวคนละใหญ่ด้วย

2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

2.8.1 ความหมายเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ

และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.], 2548: 13)

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองได้ ให้มีความพอเพียงกับตัวเอง (Self-Sufficiency) อยู่ได้โดยไม่ต้องเดือดร้อน โดยสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของตนเองให้ดีเสียก่อน คือ ตั้งตัวให้มีความพอกินพอใช้ ไม่ใช่มุ่งหวังแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ยกเศรษฐกิจให้รวดเร็วแต่เพียงอย่างเดียว เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเอง ย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้า และฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นได้ตามลำดับต่อไปได้ (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2549)

2.8.2 หลักปฏิบัติตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ ความรอบคอบและคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ โดยมีหลักพิจารณาอยู่ 5 ประการ (คณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ดังนี้

2.8.2.1 กรอบแนวคิด

เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่ปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤติ เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา

2.8.2.2 คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

2.8.2.3 คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อมๆ กัน ดังนี้

1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไป และไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

2) ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ

3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

2.8.2.4 เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

1) เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ

2) เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิตไม่โลภ และไม่ตระหนี่

2.8.2.5 แนวทางปฏิบัติ / ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

เกษม วัฒนชัย (2548) ได้กล่าวถึงความพอเพียง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายนอกและภายในทั้งนี้จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบและความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆมาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสมดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียรมีสติปัญญาและความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง มีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างกระแสสังคมให้มีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้เป็นกรอบความคิดหรือส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของประชาชนทุกภาคส่วน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ให้ประชาชนทุกระดับสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม และปลูกฝังปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการดำรงชีวิตให้อยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนนำไปสู่การปรับแนวทางการพัฒนาให้อยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียง

หรืออาจสรุปเป็นสาระสำคัญว่า "เศรษฐกิจพอเพียง คือ เศรษฐกิจรู้จักพอ ที่มุ่งให้เกิดความเพียงพออย่างพอประมาณและพอดี"

ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืน จึงน่าจะเป็นพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพราะเป็นแนวทางพัฒนาที่จะห่างไกลจาก "ความโลภ ความหลง และความรุนแรง" ซึ่งเป็นมูลเหตุสำคัญของการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน หรือเป็นแนวทางการพัฒนาที่มีความดี ความจริง และความงาม เป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่สำคัญ

2.9 แนวความคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 1997) ได้ให้ความหมายของ ขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ว่า คือ จำนวนคนสูงสุดที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในเวลาเดียวกันที่จะไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงทั้งในด้านกายภาพ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

WHO, UNEP (1984) ได้กล่าวถึงนักวางแผนการพัฒนาได้ให้คำจำกัดความว่า "ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเป็นจำนวนของผู้คนที่สามารถอยู่ได้ในเวลาที่จะทำให้สิ่งแวดล้อมถูกทำลายน้อยที่สุด และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกได้เพียงพอสำหรับความต้องการที่เกิดขึ้นและต้องไม่กระทบต่อความจำเป็นพื้นฐานและรู้สึกนึกคิดของประชาชนท้องถิ่น " ขีดความสามารถนี้แปรเปลี่ยนไปตามชนิดของแหล่งท่องเที่ยว เวลา และสถานที่ซึ่งยากที่จะกำหนดขนาดที่ตายตัวลงไป เช่น นักท่องเที่ยวที่เลือกไปท่องเที่ยวชายหาดจะยอมรับระดับความพลุกพล่านของผู้คนได้มากกว่านักท่องเที่ยวประเภทเดินป่า

เป็นต้น ชีตความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวยังแตกต่างกันตามเกณฑ์การตัดสินใจ เช่น ความต้องการน้ำใช้ การปล่อยของเสีย ทัศนียภาพ หรือขนาดของที่ดิน เป็นต้น รวมถึงความสามารถหรือโอกาสในการจัดการ เช่น นโยบาย การบริการ เทคโนโลยี งบประมาณ ในการควบคุม ป้องกัน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยไม่กระทบต่อความจำเป็นพื้นฐาน และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนท้องถิ่นด้วย

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวพิจารณาจาก 3 ลักษณะ (UNEP, 1984) คือ

1. Physical Carrying Capacity การอึดตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกและการทำลายสภาพกายภาพของธรรมชาติ รวมทั้งที่มนุษย์สร้างขึ้น
2. Psychological (Perceptual) Carrying Capacity การที่ความสนุกสนานของนักท่องเที่ยวจากหายไป ทั้งนี้รวมถึงความรู้สึกทางลบของประชาชนท้องถิ่นได้เกิดขึ้น
3. Environmental (Ecological) Carrying Capacity ระดับนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจที่ทำให้สิ่งแวดล้อมลดคุณค่าลง (Degraded)

กล่าวโดยสรุปว่า ชีตความสามารถในการรองรับ เป็นประเด็นหลักสำหรับการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีฐานมาจากแนวคิดเรื่องการรักษาระดับการพัฒนาและระดับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายแก่สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ในขณะที่เดียวกัน ก็สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ อีกนัยหนึ่งคือ ชีตความสามารถในการรองรับการพัฒนาหรือการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวไม่ก่อความเสียหายแก่สิ่งแวดล้อมประเภทใดๆ แต่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์

2.10 แนวความคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะความความเจริญก้าวหน้าทางด้านระบบสารสนเทศ การพัฒนาด้านการคมนาคม การศึกษา การมีวันหยุดเพิ่มขึ้น การได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวและความต้องการพักผ่อนเพื่อหนีจากงานประจำจึงทำให้นักท่องเที่ยวโลกเพิ่มปริมาณมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการคาดการณ์ขององค์การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ.2000 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 661 ล้านคน และในปี ค.ศ. 2010 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 937 ล้านคน อัตราเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวโลกระหว่าง ค.ศ. 1990-2010 อยู่ในอัตราส่วนร้อยละ 3.6 ต่อปี

จากการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ทั้งด้าน บวก และลบของประเทศ ตลอดจนระบบนิเวศของโลก โดยส่วนรวม การแลกเปลี่ยนหรือผสมกลมกลืนทางด้านวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเห็นผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ จนกระทั่งกระทบต่อ สังคม วัฒนธรรมของประชาชนในท้องถิ่น การสร้างปัจจัยพื้นฐานด้านการผลิต เช่น ถนน ไฟฟ้า ท่าเรือ สนามบิน หรือสาธารณูปโภคอื่นๆ มิได้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นด้วย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

อนุชา เล็กสกุลดิถ (2006: 79) ได้กล่าวว่า เหตุผล 3 ประการ ที่ทำให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อการท่องเที่ยว คือ (1) มีกิจการวางแผนและพัฒนาด้วยความระมัดระวัง (2) หารูปแบบทางเลือกใหม่ของการ

ท่องเที่ยว ดำเนินการโดยใช้ 2 วิธี คือ การวางแผนด้วยความระมัดระวังและการริเริ่มนำการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มาใช้ (3) ไม่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่กำลังพัฒนาหรือในพื้นที่ชนบท การริเริ่มหารูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวได้รับแรงขับเคลื่อนมาจากปัจจัย 3 ประการดังนี้ (1) ความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวแบบเดิม (2) การเกิดขึ้นของแนวคิดการพัฒนาซึ่งชี้ให้เห็นถึงข้อเสียของการพัฒนาที่เน้นการเจริญเติบโต ความทันสมัย ระบบทุนนิยม (3) ความตระหนักถึงสิทธิของประชาชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงในชุมชน ส่วนผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยนั้นมีผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบ และแบ่งผลกระทบออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ผลกระทบด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.10.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact)

เหตุผลประการแรกมีความสำคัญมากที่สุด ในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ผลประโยชน์ต่าง ๆ ในด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยว (Davidson, 1994: 148) ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากรายจ่ายของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ย่อมส่งผลกระทบต่อประชาชน หน่วยธุรกิจ หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น ในรูปแบบภาษีอากร ในด้านตรงกันข้ามเงินตราที่ท้องถิ่นได้รับก็ถูกเคลื่อนย้ายออกจากท้องถิ่น หรือสู่ต่างประเทศในรูปแบบของการสั่งซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านผลกระทบทางอ้อม หน่วยธุรกิจครัวเรือน หรือภาครัฐบาลในท้องถิ่น เมื่อได้รับเงินแล้ว ก็จ่ายออกไปในลักษณะของค่าจ้าง การออม การลงทุนในด้านธุรกิจ และการสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภคการลงทุนสร้างงาน และการกระจายรายได้ อย่างไรก็ตามตามอุตสาหกรรมแม้จะมีข้อดีหลายประการต่อสังคมและประเทศ แต่ก็ยังมีข้อเสียหรือผลกระทบที่สำคัญได้แก่

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวถึง ผลกระทบที่สำคัญทางด้านเศรษฐกิจ มีดังนี้

1. ข้อดี (Advantages) คือ การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและท้องถิ่นในแง่ของประเทศ รายได้จากเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวนับเป็นรายได้เข้าประเทศที่สำคัญมากในปัจจุบัน ที่ช่วยให้ประเทศสามารถสร้างดุลการค้าได้ดี รวมทั้งยังสนับสนุนทางการเงินและงบประมาณเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

ในแง่การพัฒนาาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว โครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบินพาณิชย์ และถนนหนทางจะถูกกระตุ้นให้มีการพัฒนาและก่อสร้างขึ้นเวลาอันสั้นของการท่องเที่ยวและยังนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพิเศษไว้รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคารและร้านจำหน่ายสินค้าต่างๆ เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นสามารถประกอบการและเป็นเจ้าของกิจการได้ด้วยตนเอง

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อรัฐบาลในรูปแบบของภาษีต่างๆ ทั้งโดยตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยวเข้าสู่ระบบการคลังของประเทศ

อนุชา เล็กสกุลติก (2006: 87) ได้กล่าวถึงผลกระทบทางด้านผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจว่า ผลประโยชน์ทางการเงินของการท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจขยายตัว เกิดงานที่ก่อสร้างใหม่ ทำให้เกิดรายได้ทั่วไปที่มีความหลากหลายและมีการกระจายรายได้ การปรับปรุงโครงสร้างขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นผลมาจากการ

ท่องเที่ยว และผลประโยชน์อื่นๆ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้มากมาย ทั้งทางตรงกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พักอาศัย ร้านอาหาร ร้านของขายที่ระลึก และการขนส่ง ส่วนคนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการจ้างงานและการให้บริการ เหล่านี้มีผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น

2. ข้อเสีย (Disadvantages) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเน้นฤดูกาล ซึ่งหมายความว่าธุรกิจต่างๆ ในท้องถิ่นจะต้องสามารถอยู่รอดในช่วงที่ไม่มีรายได้ หรือไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว หรือการที่สามารถมีรายได้จากธุรกิจตลอดปี ในทำนองเดียวกันลูกจ้างและพนักงานก็อาจมีงานทำแต่เฉพาะในช่วงใดช่วงหนึ่งของปีเท่านั้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยทำให้ค่าที่ดินและทรัพย์สินในท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลดีต่อผู้ขายแต่เป็นผลร้ายต่อประชาชนและผู้ซื้อในท้องถิ่น หรือธุรกิจต่างๆในชุมชน

การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มราคาสินค้าจำเป็นต่างๆในชีวิตประจำวัน เช่น เกษตรกรในท้องถิ่นที่ไม่สามารถจะผลิตสินค้าเกษตรให้พอกับความต้องการของทั้งประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน และนักท่องเที่ยว อาหารและผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบเกษตร จึงต้องสั่งเข้ามาจากที่อื่นในราคาแพง และยิ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในท้องถิ่นสูงขึ้นตามไปด้วย อาหารที่สั่งเข้ามาอาจไม่เหมือนกับที่ผลิตได้ในท้องถิ่น ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในชุมชนนั้นๆได้ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ของท้องถิ่นอาจขาดแคลน อันเนื่องมาจากชาวต่างชาติหรือเกษตรกรหรือชาวบ้านที่ทำอาชีพต่างๆในชุมชน อาจผลหนี้อาชีพที่เคยทำ เพื่อมาทำงานการท่องเที่ยวแทน

2.10.2 ผลกระทบด้านสังคม (Social Impact)

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวถึงผลกระทบทางสังคมว่า เป็นสิ่งที่รัฐบาลจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ รัฐบาลจะต้องตัดสินใจว่ากลยุทธ์ทางความเติบโตของเศรษฐกิจที่ต้องการ รวมทั้งกระทบทางด้านสังคมอันเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในความเป็นจริงนั้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นเอง ในฐานะที่เป็นส่วนของความต่อเนื่องสัมพันธ์กันโดยตรงต่อการสร้างงานใหม่ๆ ในบริเวณใดบริเวณหนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และยังรวมทั้งการก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินสดด้วย ดังตัวอย่างเช่น การสร้างระบบการท่องเที่ยวก่อให้เกิดงานใหม่ๆ สำหรับประชาชนในชุมชนและยังดึงดูดให้ประชาชนภายนอกซึ่งกำลังแสวงหางานใหม่เข้ามาสู่ชุมชนด้วย คนจากภายนอกที่เข้ามาในชุมชนนี้จะแข่งขันกับคนจากภายในชุมชนในการหางานทำ แต่ในขณะที่เดียวกันก็จะสร้างความต้องการในด้านการแสวงหาที่พักเพื่อการพักอาศัยเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ชุมชนจะต้องจัดหา ทั้งหมดนี้จะกลายเป็นแรงกดดันทางสังคมที่มีต่อชุมชนไปในที่สุด จากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นหรือชุมชน ก็จะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมคือการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม เนื่องจากผู้คนชนบทได้หลั่งไหลกันเข้าไปทำงานบริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเสียเป็นส่วนใหญ่

อนุชา เล็กสกุลดิลก (2006: 90) ได้กล่าวถึงผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ว่ามีทั้งผลกระทบทางด้านบวก และด้านลบ ขึ้นอยู่กับความเข้าใจ และเป้าหมายส่วนที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวช่วยให้คนในพื้นที่สามารถรักษาประเพณีวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชุมชน โดยให้การสนับสนุนวันสำคัญ และภาษาของชุมชน เป็นการสัญญาระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย ให้เพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกัน โดยทั่วไปแล้วการแลกเปลี่ยนทางด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างเจ้าบ้านกับแขกที่มาเยือนก็นับเป็นจุดประสงค์หนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่ผลดีในหลายๆด้าน เช่น การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ และความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนทั่วทุกมุมโลกเกิด

ความเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น ส่วนในทางลบในประเทศเจ้าบ้าน เช่น การรับเอาพฤติกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ พฤติกรรมการใช้จ่าย เป็นต้น การท่องเที่ยวอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคมต่างๆ เช่น อาชญากรรม ยาเสพติด การพนัน และปัญหาโสเภณี การขาดแคลนที่ดินเนื่องมาจากการขายโดยสมัครใจหรือถูกบังคับให้ขาย เพื่อนำที่ดินนั้นมาพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ ส่วนทางด้านบวก สามารถส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุงความเป็นอยู่ของประชาชน เนื่องจากในแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยววันนั้น โครงสร้างขั้นพื้นฐานจะถูกปรับปรุงเพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนมั่นใจเกี่ยวกับคุณภาพการท่องเที่ยว และสิ่งนี้เองทำให้ส่งผลดีต่อผู้คนในท้องถิ่นทำให้ พวกเขาขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น

2.10.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impacts)

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักคิดว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม แต่เป็นการสร้างธุรกิจสนับสนุนต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกับการเพิ่มตลาดแรงงาน และจ้างงานให้แก่ชุมชนและสังคมด้วยแต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่ต้องเป็นที่สงสัยเลยว่าการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเป็นอันมาก

ปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนในกรณีเช่นกัน ได้แก่ การแข่งขันอย่างรุนแรงในธุรกิจการท่องเที่ยวและผลที่ตามมาคือรัฐบาลและองค์กรอื่นๆ เริ่มมีความตื่นตัวและตระหนักในผลกระทบของการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อจะรักษาไว้ซึ่งชมต่อไปทั้งแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นเอง เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่งจนเกินขีดความสามารถทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะบริการต่างๆ ได้ ก็จะทำให้เกิดการเสื่อมสลายของทรัพยากรพื้นฐาน เช่น พื้นดินและแหล่งน้ำต่างๆ ตามมา

การวางแผนควบคุมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการควบคุมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงเป็นนโยบายที่สำคัญยิ่งประการแรกๆ ที่ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยังช่วยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความซาบซึ้ง ความรัก และความหวงแหนสิ่งแวดล้อมของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี และโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ของเขามากยิ่งขึ้น

อนุชา เล็กสกุลติก (2006: 91) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมว่า การท่องเที่ยวนำไปสู่การทำลายทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เพราะเมื่อไม่มีการวางแผน ในการสร้าง และพัฒนาโครงสร้างขั้นพื้นฐานที่ที่ต้องการสร้าง และดึงดูดนักท่องเที่ยว ในบางพื้นที่กิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นการรบกวนพืชและสัตว์ การก่อสร้างโครงการ ไม่เพียงแต่จะต้องทำลายต้นไม้ และรบกวนสัตว์แล้ว แต่เกิดจากการสร้างถนน และเป็นการทำลายทิวทัศน์ด้วย ชายหาดและแม่น้ำเกิดน้ำเน่าเสียและมีการทิ้งขยะ

2.10.4 ผลกระทบด้านวัฒนธรรม (Cultural Impacts)

McIntosh and Goeldner (1984: 112-113) สรุปไว้ว่า วัตถุประสงค์สูงสุดของการท่องเที่ยวก็คือ เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมและประชาชนเหล่านั้น ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้สึกและการติดต่อดสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั่วโลกเข้าด้วยกันอันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกัน ทั้งปัจจุบันและในอนาคต

นิคม จารุมณี (2544) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม (Culture) ซึ่งหมายถึงการผสมผสานของความหลายอย่าง โดยมีธรรมชาติของความเป็นจริงได้ถูกพัฒนาขึ้นมาและธำรงรักษาไว้ โดยประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ในอีกความหมายหนึ่งก็คือ สิ่งที่สังคมมุ่งปรารถนาที่จะเป็นเพื่อที่จะทำให้การดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมเป็นไปอย่างมีความสุขและความพึงพอใจ ดังนั้นวัฒนธรรมคือสิ่งที่เราสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ในรูปของสิ่งต่างๆ ที่เป็นชีวิตของประเทศชาติ

McIntosh and Goeldner (1984: 112-113) ได้สรุปแนวโน้มของผลกระทบในทางลบทางสังคมและวัฒนธรรม

1. การแนะนำเอากิจกรรมอันไม่น่าพึงพอใจเข้ามา เช่น บ่อนคาสีโน โสเภณีหรือการบริการทางเพศ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ เข้ามาสู่แหล่งท่องเที่ยว
2. การลอกเลียนแบบการอุปโภค บริโภคที่หรูหราฟุ่มเฟือยของประชาชนในท้องถิ่นแบบอย่างที่พบเห็นจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว
3. ความขัดแย้งในเรื่องชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันมากระหว่างนักท่องเที่ยวกับประเทศเจ้าภาพ
4. การสร้างเจตคติการรับใช้เยี่ยงทาสในระดับลูกจ้างของธุรกิจการท่องเที่ยว
5. เกิดการลอกเลียนแบบหรือของปลอมในงานหัตถกรรมและงานศิลปะต่างๆ เพื่อเพิ่มปริมาณของที่ระลึกขายแก่นักท่องเที่ยวจำนวนมาก
6. เกิดแบบฉบับมาตรฐานเดียวกันในบทบาทของลูกจ้าง เช่น พนักงานในโรงแรมหรือพนักงานฝ่ายต้อนรับต้อนรับระดับสากล ซึ่งแสดงบทบาทหรือบุคลิกเหมือนกันในทุกประเทศทำให้เอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละชาติขาดหายไปอย่างน่าเสียดาย
7. สูญเสียความภูมิใจในวัฒนธรรมของชาติ ถ้าวัฒนธรรมนั้นถูกมองว่าเป็นสิ่งแปลกประหลาดหรือเป็นสิ่งบันเทิงใจ
8. การเปลี่ยนแปลงวิถีดำเนินชีวิตของท้องถิ่นอย่างรวดเร็วอันเกิดจากการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก
9. ความไม่ได้สัดส่วนของพนักงานบริการระดับล่าง เช่น ในโรงแรมและภัตตาคารต่างๆ ซึ่งมีค่าจ้างต่ำ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่ก็ไม่ได้เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงโดยตรง การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมดีหรือเลวก็ย่อมขึ้นอยู่กับสายตาของผู้มองวัฒนธรรมนั้น และขึ้นอยู่กับทัศนคติมากกว่าการวัดหรือประเมินที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเครื่องมือแต่เพียงอย่างเดียวของการเปลี่ยนแปลง ถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงสิ่งเดียวที่มองเห็น แต่นักท่องเที่ยวก็อาจถูกนำมาใช้ฐานะที่เป็นตัวกลางที่จะป้องกันการเปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างรอบคอบในด้านการตลาดและการจัดการ การดำเนินการดังกล่าวนี้นับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชุมชนที่จะรักษาองค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนนั้นแตกต่างไปจากชุมชนอื่น และยังคงมีความมั่นใจที่จะ

สร้างระบบป้องกันวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าไว้ให้เป็นที่ชื่นชมของนักท่องเที่ยวต่อไปเป็นเวลาที่ยาวนาน เช่นเดียวกันกับการวางแผนที่ดีในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ก็ย่อมช่วยป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2.11 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2542) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความ ต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโคนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามี พฤติกรรมการซื้อ ก่อน และหลังการให้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6 Ws และ 1H

- 6 Ws คือ Who, Whom, What, Why, When, Where

- 1 H คือ How

คำถาม 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 7 Os

- 7 Os คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

ตารางที่ 2-1 แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงเป็นตารางได้ดังนี้ (ศรีวรรณ และคณะ, 2537: 29)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค	- กลยุทธ์ 4 Ps หรือ มากกว่า Product, Price, Place, Promotion ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ สินค้าและบริการ คุณสมบัติและองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์(Product Components)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product Strategies) - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การ บริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ(objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การ	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ศึกษาเหตุ

	ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล	มุ่งใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยว กำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้	- กลยุทธ์การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด(Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสรรค์สร้างการโฆษณา และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม (นักท่องเที่ยว)
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ(Occasions) ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมการขายความร่วมมือระหว่างธุรกิจ
6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย(Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Chanel of Distribution) โดยผ่านสถาบันการค้าส่ง สถาบัน การค้าปลีก และช่องทางพิเศษอื่นๆ
7.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ปัญหา หรือ ความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้คืออิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (Morrison, 1989: 63) คือ

1. ปัจจัยภายใน (Personal Factors/Internal Variables) ได้แก่

3.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

3.2 การรับรู้ (Perception)

3.3 การเรียนรู้ (Learning)

- 3.4 บุคลิกภาพ (Personality)
 - 3.5 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)
 - 3.6 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept)
 - 3.7 ทักษะคติ (Attitudes)
2. ปัจจัยภายนอก (Interpersonal Factors / External Variables) ได้แก่
- 2.1 วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures)
 - 2.2 ชั้นของสังคม (Social Classes)
 - 2.3 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)
 - 2.4 ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)
 - 2.5 ครอบครัว (The Family)

ปัจจัยภายใน หมายถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อ ได้แก่

- 1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Need, Wants and Motivation)

Alastair M. Morrison ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ดังนี้

ความจำเป็น (Needs) ของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาดซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความต้องการจำเป็นเกิดจากสภาพทางร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคน เกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่รู้ว่าตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาด คือ ต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆ ที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของตนและจะตอบสนอง สร้างความพึงพอใจให้แก่ความจำเป็นนั้นๆ ได้

วิธีทำให้ลูกค้าทราบถึงความต้องการจำเป็นของตนเองคือ การให้การจูงใจ (motivation) แรงจูงใจ (Motives) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหาเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ตัวเอง นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจด้วยวิธีต่างๆ เช่น การโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาสิ่งตอบสนองของความจำเป็นทางร่างกายและจิตใจของตนได้

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Holloway, 1988: 97) นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างแรงเพื่อให้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

2) การรับรู้ (Perception) กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ

3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ /หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง

4) บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตน ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง

5) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถชี้นำพฤติกรรมการซื้อได้ และจะควบคู่กันไปกับค่านิยมของสังคม

6) แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-concept) หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคลพร้อมๆ กับการรับรู้

7) ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติเป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยง โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีไม่ขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่ ทัศนคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะได้แย้ง ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับ การเปลี่ยนทัศนคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือในการสื่อสารอย่างมาก ต้องทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวัฒนธรรมของคนทั้งชาติซึ่งสืบทอดและยึดถือต่อกันมา ได้แก่

1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and subcultures) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อถือ ค่านิยม ทัศนคติ อุปนิสัย ประเพณี ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรม

2. ชั้นของสังคม (Social Classes) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่ามาใช้ในการแบ่งชั้นของสังคมคือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ชาติกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล

3. กลุ่มอ้างอิง (Referance Groups) เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทัศนคติ ความชอบ/ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง

4. ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีอำนาจ และความคิดเห็นของเขา มักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ เช่น ได้ข้อมูลเนื่องจากซื้อสินค้าและบริการก่อนคนอื่น มักจะได้ข้อมูลหรือความรู้พิเศษเกี่ยวกับสินค้าและการบริการ

5. กลุ่มครอบครัว (The Family) คือ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกันหรือโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับมาจากครอบครัว

มากที่สุด ความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันจะทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับชั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว

2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พชระ พิพัฒน์โยธะพงศ์ (2547) ได้ทำการศึกษา การจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อำเภอภูฉิมรายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปในหมู่บ้านโคกโก่ง ได้เปิดโฮมสเตย์มาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2541 –จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2547) นับเป็นเวลา 6 ปี มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีที่พักแบบโฮมสเตย์ มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางและการปฏิบัติ สภาพทั่วไปในหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านชนบท ที่มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมและประเพณี เป็นเอกลักษณ์ของชาวผู้ไทย และดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า

1. มีการจัดการองค์การแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ชุมชนให้ความร่วมมือ และพอใจในกระบวนการที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการแบ่งงานให้มีผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการให้คำปรึกษาของที่ปรึกษาไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

2. การจัดการด้านกายภาพพบว่าหมู่บ้านโคกโก่งมีเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพที่ชัดเจนของสถาปัตยกรรมผู้ไทย แต่ไม่ได้นำเสนอลักษณะทางกายภาพของหมู่บ้านเป็นจุดเด่นในการท่องเที่ยว มีการจัดการเพียงบำรุงรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของบ้านพักโฮมสเตย์โดยเจ้าของบ้านเป็นผู้ดำเนินการ ส่วนใหญ่สามารถทำได้เรียบร้อย และนักท่องเที่ยวพอใจ

3. การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการเองโดยชุมชนในปัจจุบัน ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยววันน้อย จึงต้องการการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนมีความต้องการเงินทุนสำหรับบำรุงรักษาบ้านพักที่เป็นโฮมสเตย์ และแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จึงควรให้การสนับสนุนเงินกองทุนเพิ่มเติม สำหรับใช้จ่ายในการบำรุงรักษาบ้านพัก และแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว จากเดิมที่มีการจัดสรรสำหรับกิจกรรมการต้อนรับนักท่องเที่ยว

5. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน เน้นการนำเสนอด้านวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและวิถีชีวิตของชาวผู้ไทยที่สัมพันธ์กับป่าและภูเขา และควรส่งเสริมให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเช่น ในช่วงฤดูเกี่ยวข้าวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วยเพื่อเพิ่มจุดเด่นในกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

6. ชีตความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนขึ้นอยู่กับจำนวนที่พักที่ชุมชนสามารถจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ แต่จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีการจัดการขยะและน้ำเสียในหมู่บ้านเพิ่มเติม เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้ตามจำนวนที่ที่พักที่มีอยู่

นราธิป ผลบุญรักษ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การปรับที่อยู่อาศัยเดิมเป็น โฮมสเตย์ ของชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต.ปลายโพรง พง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม จากการศึกษาพบว่า

1 รูปแบบเดิมในอดีต อาคารเรือนไทยภาคกลาง มีรูปแบบ เฉพาะตัว ที่มีลักษณะการใช้สอยส่วนใหญ่อยู่ภายในและมีห้องส้วมภายนอก การอาบน้ำจะอาบที่คลองติดกับตัวบ้าน หรือน้ำคลองที่ใส่ตุ่มเอาไว้แล้วแกว่งสารส้มให้มีการตกตะกอนก่อนอาบน้ำ น้ำดื่มกินจะใช้น้ำที่เก็บกักน้ำฝนไว้ในตุ่มใต้ถุนบ้านแต่การปรับที่อยู่อาศัยเดิมในปัจจุบันนี้พบว่าในส่วนของ ห้องส้วม, ห้องอาบและห้องครัว มีการก่อสร้างเพิ่มเติมขึ้นนอกอาคาร และในอาคาร แต่ยังคงสภาพของอาคารที่เป็นสถาปัตยกรรมไทย การปรับตัวเช่นนี้อันเนื่องมาจากสภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ในปัจจุบัน ที่เป็นการคาดคิดที่จะเสนอการใช้งานของส่วนที่ปรับที่อยู่อาศัยที่เพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการผิดรูปแบบของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2 การปรับที่อยู่อาศัยเดิม ของกลุ่มชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต.ปลายโพงพาง จากจำนวน 19 หลังคาเรือน ไม่มีปรับปรุงอาคาร 14 หลังคาเรือน คิดเป็นร้อยละ 73.68 ส่วนอีกจำนวน 5 หลังคาเรือน มีการปรับที่อยู่อาศัยเดิมในส่วนที่เป็น ห้องน้ำ และส่วนที่เป็นครัว คิดเป็นร้อยละ 26.32 ซึ่งต่ำกว่า 50% ของจำนวนทั้งหมด

3 แนวทางในการพัฒนา ควรมีการให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องการปรับที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นอาคารทรงไทยอย่างถูกต้อง ต้องมีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นการอนุรักษ์ ด้านสังคม วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ยังไม่พร้อมรับวิถีชีวิตแบบใหม่ ทำให้ขาดการพัฒนาการด้านต่างๆตามสมควร รายได้ไม่แน่นอนและตัวอาคารที่หักโหมเสถียรสุดโทรมขาดเงินกองทุนสนับสนุนในการปรับปรุง

ชาวลิต สิทธิฤทธิ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างมีส่วนร่วมในตำบลกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนกรุงชิงมีประวัติศาสตร์ วิถีการดำรงชีวิตที่เกื้อกูลธรรมชาติผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ และการจัดการการท่องเที่ยวที่ผ่านมาประสบกับปัญหาด้านการบริหารจัดการผลกระทบต่อทรัพยากรชุมชน ขาดองค์ประกอบประสานงานที่มีประสิทธิภาพ ขาดความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน จึงได้ร่วมกันดำเนินงานในรูปแบบโครงสร้างพร้อมคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชน กรุงชิง และสร้างชุดการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจริง ๆ และร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกิดการบูรณาการแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อพื้นที่ วัฒนธรรม การละเล่นของชุมชน การเรียนรู้วิถีการค้นหาคุณค่าของชุมชนด้วยกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น การเปิดเวทีการเรียนรู้โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมทำให้เกิดพัฒนาการด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน รวมถึงการจัดการทรัพยากร อันเป็นแนวคิดการจัดการที่ยั่งยืน เป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านได้มีใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่ช่วยกันดูแลรักษา ในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติ ทำยสุดชุมชนกรุงชิงก็จะสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นแหล่งศึกษาดูงานของชุมชนอื่น และมีลักษณะการขยายเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาคใต้ จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเสริมกระบวนการวิจัยให้ชาวบ้านโดยการสนับสนุนงานวิจัยในประเด็นอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นฐานคิดของชุมชนในการพัฒนาด้านอื่น ๆ ต่อไป

สรุปการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยโฮมสเตย์ ณ บ้านท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ทำการทำทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มีแนวคิดสำคัญที่เชื่อมโยงกันอยู่ดังนี้ คือ ชุมชนไม่สามารถบริหารจัดการเพียงคนเดียวตามลำพังได้ ต้องมีการรวมกลุ่ม และทำการบริหารจัดการเพื่อเป็นการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมากที่สุด ชุมชนประสบความสำเร็จได้หรือไม่นั้นจะต้องอาศัยการจัดการองค์กรโดยอาศัยคนมาบริหารจัดการ จึงไปสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการและการจัดการองค์กร การท่องเที่ยวในชุมชน(TIC) เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นในสมัยช่วงแรกๆ ไม่ได้เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้ทรัพยากรต่างๆจนเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ จึงเกิดแนวความคิดโดยให้คนในชุมชนเป็นคนบริหารจัดการและมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับทรัพยากรธรรมชาติ จึงไปสอดคล้องกับ แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการโดยชุมชนขึ้น การท่องเที่ยวต้องอาศัยคนในองค์กรมาบริหาร และต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนด้วย ถ้าหากไม่ได้รับความร่วมมือจะทำให้เกิดผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ จึงนำแนวคิดความร่วมมือของคนในชุมชน มาทำการศึกษา ถ้าหากว่าคนในชุมชนดังกล่าวไม่สามารถให้ความร่วมมือในการประกอบกิจกรรมต่างๆของชุมชนแล้ว ชุมชนก็ไม่สามารถที่จะทำการเปิดการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศได้ เมื่อนำ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้ชุมชน เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สามารถดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ชุมชนว่ามีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจริงหรือไม่ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือไม่ อีกทั้งว่าสอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกันอย่างไร หลังจากที่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเนื่องจากชุมชนมีสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่สมบูรณ์พร้อมทั้งมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จึงเกิดที่พักแบบโฮมสเตย์ จึงนำแนวความคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์ เข้ามาเป็นกรอบเพื่อทำการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวอาศัยกับเจ้าของบ้านเพื่อต้องการมาแลกเปลี่ยน เรียนรู้วัฒนธรรมกับเจ้าของบ้านหรือไม่ ว่าโฮมสเตย์ที่เกิดขึ้นเป็นไปตามแนวคิดที่ทำการศึกษาหรือไม่ หลังจากที่มีการท่องเที่ยว และได้ทำการเปิดที่พักแบบโฮมสเตย์แล้ว จึงทำการศึกษาว่ามี ผลกระทบต่อชุมชนด้านใดบ้าง โดยทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้ต้องศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ว่าพื้นที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกเท่าไร นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างไร จึงไปสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและการบริหารจัดการโฮมสเตย์ จากการศึกษาวิทยานิพนธ์ สามารถสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลง ห้องส้วม, ห้องอาบน้ำ และห้องครัว มีการก่อสร้างเพิ่มเติมขึ้นภายนอกและภายในอาคาร แต่ยังคงสภาพของอาคารที่เป็นสถาปัตยกรรมไทย การปรับตัวเช่นนี้อันเนื่องมาจาก สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ในปัจจุบัน ส่วนการบริหารจัดการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมของชุมชน มีการกำหนดแนวทางและการปฏิบัติ ชุมชนควรมีเอกลักษณ์เพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรมีการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านกิจกรรม ด้านการเงิน และจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติด้วย แนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมานำไปเพื่อทำการ วิเคราะห์ สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะในบทต่อไป