



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
(Community Tourism's Image Positioning and Strategic Management in Thailand
and Lao PDR for Achieving ASEAN Economic Community)

โดย

จิระพงศ์ ไชยขาววงศ์ และคณะ

กรกฎาคม 2558

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
(Community Tourism's Image Positioning and Strategic Management in Thailand
and Lao PDR for Achieving ASEAN Economic Community)

คณะผู้วิจัย

อาจารย์จิระพงศ์ ไชยขาววงศ์
Toumksam Phathasith

สังกัด

วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Ministry of Information Culture and
Tourism, Lao PDR

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ภายใต้แผนงานวิจัย “ศักยภาพและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่และบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่วิจัยในประเทศไทย รวมถึงเจ้าหน้าที่และบุคลากรแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวประจำแขวงต่างๆ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนของสปป.ลาว ซึ่งได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อประกอบการวิจัย ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัยในประเทศลาว

ในการนี้ ขอระลึกถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สินธุ์ สโรบล อดีตผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ และหัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ผู้ซึ่งให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการดำเนินการวิจัยมาโดยตลอด แม้ว่าวันนี้ท่านจะได้จากไปแล้ว แต่คุณงามความดี ปณิธานในการทำงาน ตลอดจนผลงานที่ได้ฝากไว้ให้กับวงการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวชุมชน จะได้รับการสานต่อและเป็นแรงบันดาลใจสำหรับข้าพเจ้าและนักวิจัยท่านอื่นๆ ต่อไป

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณชุติมา ฤาชัย คุณสุชาครีย์ ศรีรัตน์ และคุณเกศราภรณ์ คำดี นักวิจัยภาคสนามประจำโครงการวิจัยซึ่งมีส่วนช่วยอย่างมากในการรวบรวมข้อมูลภาคสนามทั้งในพื้นที่วิจัยในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวมถึงขอขอบคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวถึงอันมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ท้ายสุดนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (สกว.) ที่ได้สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงและงานวิจัยฉบับนี้จะได้เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไป

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2558

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อประเมินภาพลักษณ์และตำแหน่งการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3) เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวของอาเซียนในปี 2015 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากเอกสารรายงานการวิจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนและความหลากหลายทางชุมชนท่องเที่ยว กอปรกับการลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวที Focus Group และแจกแบบสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่วิจัย ระเบียบวิธีวิจัยจึงเป็นลักษณะแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research Methodology) จากผลการวิจัยพบว่า

1. จากการประเมินศักยภาพและตำแหน่งการบริหารจัดการท่องเที่ยวใน 4 ชุมชนตามแนวพรมแดนของประเทศไทยประกอบด้วย ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จังหวัดเชียงราย ชุมชนบ้านฮวก จังหวัดพะเยา ชุมชนบ้านห้วยโก๋น จังหวัดน่าน และ ชุมชนบ้านม่วงเจ็ดต้น (ด้านพรมแดนญัต) จังหวัดอุดรธานี และใน 4 แขวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยดำเนินการศึกษาแขวงละ 3 ชุมชนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย แขวงหลวงพระบาง (ชุมชนผานม ชุมชนช่างฆ้อง และชุมชนป่าขาม) แขวงอุดมไซ (ชุมชนบ้านญ้อ ชุมชนบ้านปากแบ่ง และชุมชนบ้านศรีบุญเรือง) แขวงหลวงน้ำทา (ชุมชนบ้านน้ำดี ชุมชนบ้านน้ำแอง และชุมชนบ้านเพียงงาม) แขวงบ่อแก้ว (ชุมชนบ้านน้ำจาง ชุมชนบ้านดอนใจ และชุมชนบ้านปะนะ) พบว่าศักยภาพและการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยในทุกองค์ประกอบ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านการตลาด แรงจูงใจในการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านการจัดความยากจนของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านจุดดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนท่องเที่ยวในแขวงหลวงพระบางอยู่ในเกณฑ์ดีทุกองค์ประกอบ รองลงมาคือแขวงหลวงน้ำทาที่ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนแขวงอุดมไซภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ และแขวงบ่อแก้วอยู่ในเกณฑ์ปาน

กลาง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ในขณะที่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า บ้านท่าช้างทองมีศักยภาพและการบริหารจัดการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีทุกด้าน บ้านฮวกอยู่ในระดับปานกลาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนบ้านห้วยโก๋นและบ้านม่วงเจ็ดต้นซึ่งเป็นจุดผ่านแดนที่สำคัญทั้ง 2 แห่ง มีภาพลักษณ์และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ต่ำ มีเพียงการเข้าถึงและโครงสร้างพื้นฐานที่อยู่ในระดับปานกลาง

2. การวิเคราะห์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่วิจัยในประเทศไทย (1) ชุมชนบ้านท่าช้างทอง จังหวัดเชียงราย มีจุดเด่นในการเรียนรู้กลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชนพร้อมกับให้บริการบริการอาหารแบบจัดเลี้ยงขันโตกและที่พักแบบโฮมสเตย์จนเป็นที่รู้จักและมียกท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ภายหลังได้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น ที่สำคัญคือการนำเที่ยวประวัติศาสตร์เมืองโบราณสุพรรณโคมคำและข้ามฝั่งด่านพรมแดนวัฒนธรรมไทยลาว มียกท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวในรูปแบบข้ามฝั่งไปยังประเทศลาวมากขึ้นเรื่อยๆ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท่าช้างทองจึงมีศักยภาพเป็นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย ลาว ได้เป็นอย่างดี สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการ การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล (2) ชุมชนบ้านฮวก จังหวัดพะเยา เป็น "หุบเขาแห่งสายสัมพันธ์สองแผ่นดิน" เชื่อมโยงกับแขวงไชยะบุรีของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนั้นด้านชายแดนบ้านฮวกจึงนับได้ว่าเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดพะเยา และแขวงไชยะบุรี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทั้งในด้านการติดต่อค้าขาย การท่องเที่ยว และมีศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาไปสู่เส้นทางคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงไปยังประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ด้วยการเดินทางจากเมืองไชยะบุรี เมืองอุดมไซ เมืองหลวงพะบาง รวมระยะทางไม่เกิน 200 กิโลเมตร และสามารถเชื่อมต่อไปยังเมืองเชียงรุ่ง (สิบสองปันนา) จีนมณฑลยูนนาน รวมไปจนถึงเวียดนามพุม และฮานอย ประเทศเวียดนามได้อีกด้วย

สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการ อยู่ในระดับมาก สำหรับการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ยังอยู่ในระดับปานกลาง (3) ชุมชนตลาดการค้าชายแดนภูค จังหวัดอุดรธานี ยังไม่พบการจัดการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แม้ว่าจังหวัดอุดรธานีจะคาดหวังให้ตลาดการค้าชายแดนภูคเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านตลาดจำหน่ายสินค้าชายแดน แต่สินค้าที่จำหน่ายยังไม่ตอบสนอง

แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังติดข้อจำกัดในการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวจากการที่พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มว่าจังหวัดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวนโยบายการดำเนินโครงการโดยสารประจำทางเส้นทาง "กรุงเทพฯ - ภูฏาน" ประกอบกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุดรดิตถ์ เป้าหมายเข้ามาปรับปรุงตลาดการค้าชายแดนภูฏานรวมถึงสถานีรถโดยสารประจำทาง หากโครงการนี้เกิดขึ้นจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่เพิ่มขึ้น (4) ชุมชนด่านพรมแดนห้วยโก๋น จังหวัดน่าน ยังไม่พบการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แม้จะเริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น การวิจัยในครั้งนี้พบจุดสังเกตที่น่าสนใจจากการวิจัยในครั้งนี้คือจากด่านพรมแดนห้วยโก๋นเดินทางไปยังแขวงไซยะบุรีและแขวงอุดมไซได้โดยง่ายกว่าเส้นทางอื่นๆ แต่การเดินทางจากจังหวัดน่านมายังด่านชายแดนห้วยโก๋นนั้น สภาพเส้นทางเป็นภูเขาสูง การเดินทางยากลำบาก และยังไม่สามารถลงทุนทางการท่องเที่ยวได้เนื่องจากติดข้อกำหนดทางกฎหมายจากการที่พื้นที่กว่าร้อยละ 90 เป็นพื้นที่อนุรักษ์เช่นเดียวกับด่านชายแดนภูฏาน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่วิจัยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (1) แขวงหลวงพระบาง มีจุดเด่นในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเป็นเมืองที่เป็นมรดกโลกพร้อมกับการเป็นศูนย์กลางทางการค้าภายใต้เมืองแห่งพุทธศาสนา และสามารถสื่อสารให้เป็นที่ยอมรับได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการตักบาตรพระทุกเช้าที่มีพระสงฆ์บิณฑบาตเป็นจำนวนมาก เป็นเสน่ห์ที่ทำให้หลวงพระบางเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไปทั่วโลก ในขณะที่ดำเนินการวิจัยนี้พบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนหลวงพระบางกว่าหนึ่งล้านคน สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญนั้นพบว่าอยู่ในระดับมากทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการ การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีเพียงการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง (2) แขวงอุดมไซ ได้กำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของแขวงอุดมไซให้เป็น “The Heart of Northern Laos” โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การชมทะเลหมอก น้ำตก แหล่งธรรมชาติ รวมทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น ขมุ อาข่า และลื้อ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวของแขวงอุดมไซมีจุดเด่นด้านการเกษตร และเป็นจุดศูนย์กลางในการเดินทางและขนส่งที่เชื่อมโยงภาคเหนือของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ทั้งประเทศไทยจีนตอนใต้ และเวียดนาม สำหรับการประเมินการมีส่วนร่วมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใน 3 ชุมชนของแขวงอุดมไซพบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ดังนั้นจึงควรเร่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มากขึ้น (3) แขวงหลวงน้ำทา มีทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าธรรมชาติ และเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการเล่นผจญภัยในเส้นทางเดินป่าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญนั้นพบว่า อยู่ในระดับมากทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการ การมีส่วนร่วมในการ

ลงทุนและปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีเพียงการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง (4) แขวงบ่อแก้ว ทริพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างพรมแดนไทย-ลาว สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญนั้นพบว่าอยู่ในระดับมากทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการ การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีเพียงการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง

3. เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวของอาเซียนในปี 2015

กลยุทธ์เชิงรุก ประกอบด้วย (1) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบร่วมมือแทนการแข่งขัน (2) การบริหารจัดการพื้นที่แนวชายแดนร่วมกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) การกำหนดภาพลักษณ์และตำแหน่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (4) การสร้างภาพลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบริเวณชายแดนไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กลยุทธ์เชิงรับ ประกอบด้วย (1) การพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยวชุมชนไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (2) การพัฒนาแหล่งผลิตอาหารรองรับนักท่องเที่ยว

4. ข้อเสนอแนะจากการดำเนินการวิจัย (1) ควรดำเนินการวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อค้นหารูปธรรมของการท่องเที่ยวชุมชนที่เชื่อมโยงและการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวให้มีความยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และประชาคมอาเซียน (2) ควรดำเนินการวิจัยต่อในประเด็นการปรับปรุงและกำหนดแนวทางด้านการบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการ ข้อบังคับ เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนให้มีประสิทธิภาพ (3) ควรดำเนินการวิจัยในประเด็นการยกระดับสมรรถนะบุคลากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่เป็นมาตรฐานสร้างการเติบโตทางการท่องเที่ยวแบบร่วมมือแทนการแข่งขัน

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสังเคราะห์องค์ความรู้ที่รวบรวมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนในมิติของภาพลักษณ์ การจัดการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว ประเด็นยุทธศาสตร์ และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวของอาเซียนในปีค.ศ.2015 โดยดำเนินการวิจัยด้วยการลงพื้นที่ชุมชนบางแห่งที่ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย จำนวน 4 จังหวัดในเขตภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย พะเยา น่าน และอุตรดิตถ์ และในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 4 แขวง ได้แก่ หลวงพระบาง อุ้มไซ หลวงน้ำทา และบ่อแก้ว และมีการรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อแจกแบบสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพและการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอยู่ในเกณฑ์สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของไทย ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความชัดเจนกว่าประเทศไทย ในส่วนของการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนนั้น กลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่ (1) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบร่วมมือแทนการแข่งขัน (2) การบริหารจัดการพื้นที่แนวชายแดนร่วมกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) การกำหนดภาพลักษณ์และตำแหน่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ชัดเจน และ (4) การสร้างภาพลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบริเวณชายแดนไทย - สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในขณะที่ยกกลยุทธ์เชิงรับมุ่งไปที่ (1) การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวชุมชนไทย - สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวร่วมกัน และ (2) การพัฒนาแหล่งผลิตอาหารรองรับนักท่องเที่ยว

Abstract

This research paper is a synthesis of knowledge gathering from related researches in the realm of image, management, participation in tourism activities, strategic issues and competency development of Community Tourism in Thailand and Lao PDR for supporting ASEAN tourism expansion in 2015. The researchers have conducted a community survey in some villages where carried on Community Tourism in 4 provinces of Thailand which are Chiang Rai, Phayao, Nan and Uttaradit and 4 provinces of Lao PDR which are Luang Prabang, Oudomxay, Luang Namtha and Bokeo. This research has collected data from field research, an in-depth interview, a focus group, and questionnaires. Samplings are Thai/Lao stakeholders in Community Tourism. The findings are as follows; Lao PDR Community Tourism management and potential has had high criterion when compared with Thailand. Lao PDR Community Tourism's image is clearer than Thailand. The positioning of Community Tourism strategies and competency development can divide into 2 parts. Firstly, offensive strategies are (1) to build up a Thai/Lao community tourism network for developing cooperative tourism not competitive one (2) to mutually administrate and manage borderlands under collaboration of both local governments (3) to specify explicit image and positioning of Community Tourism and (4) to create new Community Tourism image and activities which link community based tourist spots in Thai/Lao borderlands area. Meanwhile, defensive strategies are (1) to mutually develop community tourism skilled-human resources between Thailand and Lao PDR and (2) to support the possibility of food production for tourist in both countries.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทสรุปผู้บริหาร	(4)
บทคัดย่อภาษาไทย	(8)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(9)
สารบัญ	(10)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(14)
1. บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์การวิจัย	5
2. การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับระบบการท่องเที่ยว	7
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วม	25
แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	27
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	36
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	43
และประเทศไทย	
หลักการประชาคมอาเซียน	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	70
กรอบแนวคิดในการวิจัย	79
3. วิธีดำเนินการวิจัย	80
การเก็บรวบรวมข้อมูล	80
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	80
การวิเคราะห์ข้อมูล	81
สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลและพื้นที่วิจัย	81
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	82

สารบัญ

	หน้า
4. ผลการวิจัย	83
ผลการประเมินศักยภาพและตำแหน่งการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนใน ประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	83
ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	131
การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อการรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวอาเซียนในปี 2015	180
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	189
สรุปผลการวิจัย	189
อภิปรายผลการวิจัย	197
ข้อเสนอแนะ	203
บรรณานุกรม	204
ภาคผนวก	210
ภาคผนวก ก การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลและเก็บข้อมูล ณ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	211
ภาคผนวก ข การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลและเก็บข้อมูล ณ ประเทศไทย	227
ภาคผนวก ค ประชุมสรุปงานวิจัย แขวงอุดมไซ	233
ภาคผนวก ง การนำผลงานวิจัยไปนำเสนอในงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติ	237

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงแนวทางการปรับตัวในระดับภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	69
2	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงพระบาง	88
3	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแขวงอุดมไซ	96
4	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงน้ำทา	103
5	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแขวงบ่อแก้ว	112
6	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าช้างทอง	115
7	แสดงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านฮวก	119
8	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของตำบลม่วงเจ็ดต้น (ตลาดการค้าชายแดนภูคู้)	124
9	แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของตำบลห้วยโก๋น (ตลาดการค้าชายแดนห้วยโก๋น)	129
10	แสดงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	131
11	แสดงศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	133
12	แสดงการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงพระบาง	137
13	แสดงการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงพระบาง	112
14	แสดงการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานการท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงพระบาง	141
15	แสดงการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงพระบาง	143
16	แสดงการกระบวนกรมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงอุดมไซ	146
17	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงอุดมไซ	148
18	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงอุดมไซ	150
19	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงอุดมไซ	152
20	แสดงการกระบวนกรมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงน้ำทา	155

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
21	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงน้ำทา	157
22	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงน้ำทา	159
23	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงหลวงน้ำทา	161
24	แสดงการกระบวนการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแขวงบ่อแก้ว	164
25	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงบ่อแก้ว	166
26	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงบ่อแก้ว	168
27	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนแขวงบ่อแก้ว	170
28	แสดงการกระบวนการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าขันทองและบ้านฮวก	172
29	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจการในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนชุมชนท่าขันทองและบ้านฮวก	174
30	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนท่าขันทองและบ้านฮวก	177
31	แสดงกระบวนการการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลในการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนท่าขันทองและบ้านฮวก	178

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	Tourist destination as a contested space	9
2	ความสัมพันธ์ของการจัดการท่องเที่ยว	10
3	The tourism System and the Social Sciences	11
4	ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบการท่องเที่ยว	13
5	แสดงวงจรชีวิตของการท่องเที่ยว Hypothetical of a Tourist Area	24
6	เปรียบเทียบบทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว	33
7	กรอบแนวคิดในการวิจัย	79
8	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านผานม แขวงหลวงพระบาง	85
9	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านช้างฮ้อย แขวงหลวงพระบาง	86
10	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านป่าขาม แขวงหลวงพระบาง	87
11	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านญ้อ แขวงอุดมไซ	91
12	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปากแบ่ง แขวงอุดมไซ	93
13	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านศรีบุญเรือง แขวงอุดมไซ	94
14	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำดี แขวงหลวงน้ำทา	100
15	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำแอง (อุทยานฯ น้ำห่า) แขวงหลวงน้ำทา	101
16	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเพียงงาม แขวงหลวงน้ำทา	102
17	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำจาง แขวงบ่อแก้ว	108
18	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านดอนใจ แขวงบ่อแก้ว	109
19	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปะนะ แขวงบ่อแก้ว	110
20	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท่าขันทอง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย	116
21	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านฮวก อ.ภูซาง จ.พะเยา	120
22	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนม่วงเจ็ดต้น(ด่านภูดู่) อ.บ้านโคก จ.อุดรธานี	125
23	แสดงแผนที่และข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนห้วยโก๋น(ด่านห้วยโก๋น) อ.เฉลิมพระเกียรติ จ.น่าน	130
24	แสดงแผนที่ความเชื่อมโยงในการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	182

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวได้เติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา (ค.ศ. 1945) โดยองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (United Nations World Tourism Organization : UNWTO) ได้สรุปสถานการณ์ของการท่องเที่ยวไว้ว่าในปี ค.ศ. 2000 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวน 668 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,006 ล้านคน และในปี ค.ศ. 2020 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,561 ล้านคน (สินธุ์ สโรบล, 2545) ส่งผลต่อเนื่องสู่การพัฒนาภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ซึ่งรวมถึงประเทศไทยที่มีการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและได้มีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้วยศักยภาพในด้านลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนความหลากหลายของขนบธรรมเนียม ประเพณีและแหล่งวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกบนฐานคิดที่ว่าทุกคนในชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสู่แหล่งธรรมชาติตามสถานที่ต่างๆ เพื่อการศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชุมชน ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ชุมชนได้อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วย (สินธุ์ สโรบล, 2545 และ มนัส ศุภลักษณ์, 2544) อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน รวมถึงการนำวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม โดยชุมชนเข้ามากำหนดเป้าหมายและทิศทางของการท่องเที่ยว มีการสร้างความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนจากการมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน (ยศ สันตสมบัติ, 2544 : 39 - 40) การพัฒนาคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงาน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การสรุป และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลาน การจัดการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องใช้หลักการทำงานอย่างมีส่วนร่วมเข้ามาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ควรเน้นแต่ปริมาณนักท่องเที่ยวและปล่อยให้เป็นที่ของกลไกทางการตลาดแต่เพียงอย่างเดียวซึ่งเป็นการบริหารจัดการที่ล้มเหลวในอดีต (Ried, 2003 : 225) ชุมชนท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม (Participation) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะ

ของการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตาม ประเมินผล เป็นกระบวนการที่กลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาสและใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด แก้ไขปัญหาความต้องการของตน โดยการช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด (ทะนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ, 2532 : 76)

โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) เป็นความร่วมมือของ 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีน (มณฑลยูนนาน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยมีธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank : ADB) เป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก กลุ่มประเทศ GMS มีพื้นที่ร่วมกันประมาณสองล้านสามแสนตารางกิโลเมตร มีประชากรรวมกันประมาณ 250 ล้านคน และอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมโยงติดต่อระหว่างภูมิภาคเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้โครงการ GMS นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุนอุตสาหกรรม การเกษตร และบริการ สนับสนุนการจ้างงานและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือทางเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกัน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถรวมทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจในเวทีการค้าโลก ส่งเสริมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความปรองดองและความมั่นคงของอนุภูมิภาค รวมถึงความพยายามในการลดปัญหาความยากจนและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยสนับสนุนให้มีการติดต่อและการแข่งขันระหว่างกัน

โครงการ GMS มีความร่วมมือ 9 สาขาด้วยกัน ได้แก่ คมนาคมขนส่ง โทรคมนาคม พลังงาน การค้า การลงทุนเกษตร สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในด้านการท่องเที่ยว นั้น มีโครงการจัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยว “Six Countries One Destination” ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันและสนับสนุนภาคเอกชนเปิดธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่าง 6 ประเทศ ในรูปแบบของแพ็คเกจทัวร์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประเทศสมาชิก จัดตั้งศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ซึ่งปัจจุบันสำนักงานตั้งอยู่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ที่มา : <http://www.mfa.go.th/main/th/world/7/19897>)

กล่าวเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวสูง ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจในความงามของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา ที่แสดงถึงอารยธรรมอันดงามของชาติ รวมถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้กลายเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้รัฐบาลลาวมีการพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และยังสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้แก่ประเทศสูงเป็นอันดับสองรองจากรายได้จากการส่งออกพลังงานไฟฟ้าและแร่ธาตุ (กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2554)

ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในฐานะประเทศสมาชิกหนึ่งของอาเซียนได้เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเข้มข้น ซึ่งในส่วนของการท่องเที่ยว นั้น รัฐบาลลาวได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในสามประเด็นหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 เป็นต้นมา สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวก็มีเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการท่องเที่ยวในปัจจุบันก็มีความหลากหลายและมีทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการนำการท่องเที่ยวไปผูกไว้กับการพัฒนาคนและชุมชนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ก่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวใหม่ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน (Pro-Poor Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) การท่องเที่ยวที่เป็นธรรมระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (Fair Trade Tourism) รวมถึงการท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) เป็นต้น ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวนั้น นอกเหนือจากการสนับสนุนการท่องเที่ยวกระแสหลัก ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์และเน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของชุมชนในพื้นที่การท่องเที่ยว ดังนั้น ในงานวิจัยฉบับนี้ จึงมีความสนใจและมีคำถามวิจัยว่า ประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีการวางตำแหน่งของการท่องเที่ยวชุมชนและมีศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างไร รวมทั้งมีกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 อย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อประเมินภาพลักษณ์และตำแหน่งการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- 2) เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 3) เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวของอาเซียนในปี 2015

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา : เป็นการวิจัยเชิงสังเคราะห์องค์ความรู้ที่รวบรวมจากงานวิจัย เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนในมิติของภาพลักษณ์ การจัดการ การมีส่วนร่วม กิจกรรมการ ท่องเที่ยว ประเด็นยุทธศาสตร์ รวมทั้งแนวทางการพัฒนาฐานทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชนในประเทศ ไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2) ขอบเขตด้านประชากร : เป็นการลงพื้นที่ชุมชนบางแห่งที่ดำเนินการจัดการท่องเที่ยว ชุมชน ในประเทศไทยจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดน่าน และ จังหวัดอุตรดิตถ์ และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 4 แขวง ได้แก่ แขวงหลวง พระบาง แขวงอุดมไซ แขวงหลวงน้ำทา และแขวงบ่อแก้ว โดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ภายในหมู่บ้านของแต่ละจังหวัด/แขวง โดยเห็นได้ว่าภายในแต่ละ หมู่บ้านมีความแตกต่างกัน และได้รับนโยบายจากรัฐบาลในการวางแผนพัฒนาให้ทุกกลุ่มทุก หน่วยงานมีแนวทางวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเดียวกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการสุ่มกลุ่ม ตัวอย่างของประชากรในแต่ละหมู่บ้านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมาโดยให้เป็น ตัวแทนประชากรของจังหวัด/แขวง โดยในพื้นที่ประเทศไทยจำนวน 4 จังหวัด ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ ชุมชนจังหวัดละ 1 ชุมชน (ที่ตั้งอยู่ในเขตแดนพรมแดนไทย - ลาว) คัดเลือกตัวอย่างในชุมชนๆ ละ 20 ตัวอย่าง และในพื้นที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 4 แขวงๆ ละ 3 ชุมชน คัดเลือกตัวอย่างชุมชนละ 20 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละ เมืองตามสัดส่วนที่เหมาะสมกับงบประมาณและระยะเวลาในการจัดทำโครงการวิจัย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทำให้ทราบศักยภาพและตำแหน่งการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ศักยภาพและการวางตำแหน่งการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

2) ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการวางตำแหน่งและ ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อใช้เป็น ข้อมูลในการวางแผนรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3) ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะนำไปสู่การออกแบบและกำหนดกลยุทธ์การวางตำแหน่งและ พัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.5 นิยามศัพท์การวิจัย

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น โดยเป็นภาพจากความรู้สึกนึกคิดโดยรวม ทั้งความเชื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ความประทับใจ ที่ประชาชนในท้องถิ่นมีต่อการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านประสบการณ์ (2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (3) ด้านราคาและสภาพแวดล้อม (4) ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย (5) ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย (6) ด้านการเรียนรู้ (7) ด้านสังคม (8) ด้านชื่อเสียง ตามลำดับ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย อ่างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต, 2555)

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกบนฐานคิดที่ว่าทุกคนในชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสู่แหล่งธรรมชาติตามสถานที่ต่างๆ เพื่อการศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชุมชนด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ชุมชนได้อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2545)

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดเป้าหมายและทิศทาง บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของ ทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว ชุมชนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น สามารถบริหารจัดการและนำมาใช้เป็นต้นทุน หรือสร้างปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ และบทบาทสำคัญในการดำเนินงาน วางแผน และตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์เอาไว้ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติและคุณค่าอันดั่งามของชุมชน (สินธุ์ สโรบล, 2556)

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ใช้แนวคิด ทฤษฎีและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นฐานในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายการท่องเที่ยว
 - 1.2 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 1.3 ระบบการท่องเที่ยวกับสังคม
 - 1.4 รูปแบบการท่องเที่ยว
 - 1.5 วงจรชีวิตทางการท่องเที่ยว
2. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
 - 3.1 การจัดการท่องเที่ยวชุมชน
 - 3.2 การประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
 - 3.3 ตัวชี้วัดในการประเมินความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 4.1 ความหมายของภาพลักษณ์
 - 4.2 คุณลักษณะของภาพลักษณ์
 - 4.3 ประเภทของภาพลักษณ์
 - 4.4 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 4.5 ปัจจัยที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศไทย
 - 5.1 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ค.ศ. 2012 - 2020)
 - 5.2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย (พ.ศ. 2555 - 2559)
6. หลักการประชาคมอาเซียน
 - 6.1 เป้าหมายของประชาคมอาเซียน

6.2 การเชื่อมโยงประชาคมอาเซียน

6.3 การปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาคมอาเซียน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่อาศัยหรือที่ทำงานเป็นการชั่วคราว โดยกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดขึ้นระหว่างนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญประการแรกของการท่องเที่ยวตามความหมายนี้ จึงเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ที่แตกต่างกัน องค์ประกอบหลักประการที่สอง คือ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางและการพักอาศัย ณ จุดหมายปลายทางนั้นๆ การเดินทางและการพักอาศัยเป็นการกระทำนอกสถานที่ที่อยู่เป็นประจำ ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่กระทำจะแตกต่างจากการดำเนินชีวิตประจำวันไปด้วย การเดินทางเป็นการออกจากที่พักเป็นการชั่วคราวระยะสั้นๆ และมีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับ จุดมุ่งหมายในการเยี่ยมชมไม่ใช่การย้ายที่ทำงานหรือย้ายที่อยู่เป็นการถาวร (อ้างถึงใน นิคม จารุมณี, 2544)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีค่า 3 ค่าเป็นเงื่อนไขของการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือใกล้ก็ได้ การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น มักมีสถานที่ที่มีความสวยงามทางทัศนียภาพมากหรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ หรือเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมน่าสนใจซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจแก่ผู้มาเยือน และการท่องเที่ยวจะต้องมีความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีจุดประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่นโดยผู้เดินทางอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า 1 อย่างก็ได้

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยสมัครใจและไม่เป็นการไปหารายได้ ทั้งนี้ต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 60 วัน (WTO, 1993) สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างได้แก่ เพื่อพักผ่อน

ในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่มีวิวัฒนาการมายาวนานและยังคงความสำคัญได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1) ความสำคัญต่อบุคคล

- การท่องเที่ยวเป็นสื่อสร้างสรรค์และสร้างความสำราญเพลิดเพลินใจ ช่วยให้ผู้ได้สัมผัสได้รับการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการพัฒนาคูณภาพชีวิตของบุคคลให้ดีขึ้นและสมบูรณ์ขึ้น
- การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้ผู้มีทัศนคติกว้างไกลสามารถรับและเข้าใจสภาพการณ์ที่เป็นจริง ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตแก่ผู้ได้เป็นอย่างดี
- การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชนในชาติและนานาชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

2) ความสำคัญต่อสังคม

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติให้มีการสืบทอดต่อไป
- การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นและผู้ที่มาเยือน
- การท่องเที่ยวทำให้เกิดพัฒนาด้านคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

3) ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

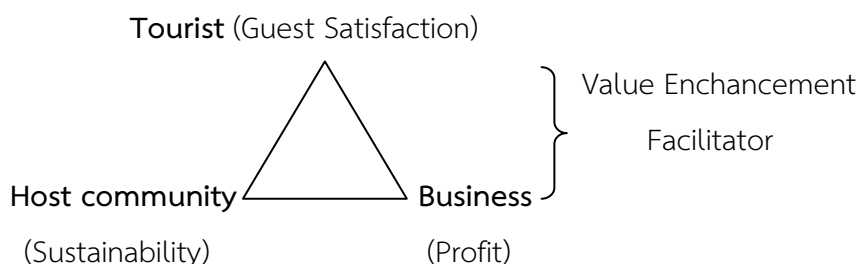
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุนในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางอีกที่หนึ่ง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เดินทางภายใต้เงื่อนไข คือ เป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และไม่แสวงหารายได้หรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของผู้เดินทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ก่อเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและมิตรภาพระหว่างมนุษยชาติ

1.2 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว

Prahalad and Ramaswamy (2000) กล่าวว่า ส่วนประกอบที่ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการของการท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว (2) เจ้าของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะสร้างความพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังชุมชน ทั้งนี้ ชุมชนจึงต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สอดคล้องกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว (ตามภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 Tourist destination as a contested space

การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้น มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องเป็นวงจรแต่ละส่วนมีความเชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อกัน (ภาพที่ 2 ประกอบการอธิบาย)

1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1.1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือ สถานที่ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีภูมิทัศน์สวยงามแปลกตา ได้แก่ ป่าเขา ถ้ำ ลำธาร น้ำตก บึง หาดทราย เกาะ แนวปะการัง บางแห่งมีการจัดการให้เป็นสวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เป็นต้น

1.2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Tourism Resources) คือ สถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยภูมิปัญญาของตน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต (Cultural and Rural way of Life) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreational Attraction)

1.3) ทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยว (Tourism Human Resources) คือ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ บุคลากรในภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงชุมชนท้องถิ่น

2) ระบบการจัดการ คือ การนำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเข้าสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีหลักการดังนี้

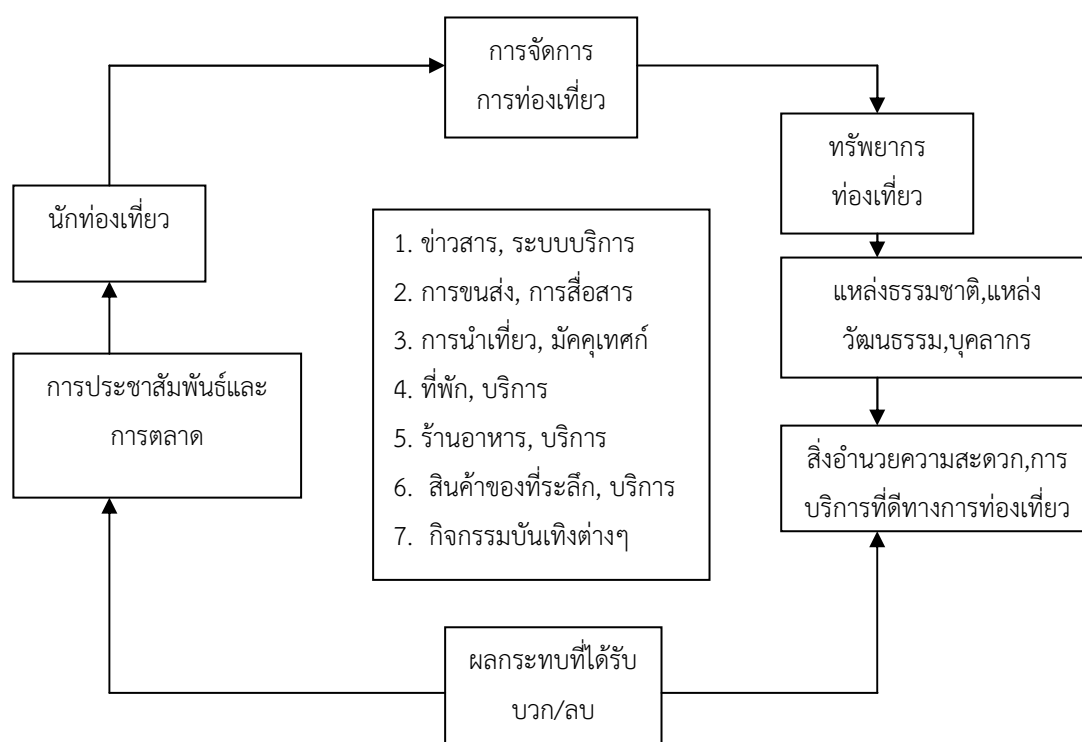
2.1) การขนส่ง คือ การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวโดยทางรถโดยสาร รถประจำทาง เรือโดยสาร เครื่องบินโดยสาร ซึ่งมีการกำหนดการเดินทางและค่าบริการเป็นราคาเดียวกัน

2.2) ที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ที่มีมาตรฐานบริการสากล

2.3) การนำชมสถานที่ ควรมีมัคคุเทศก์ที่รอบรู้นำชม อาจเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือวิทยากรท้องถิ่นซึ่งสามารถสื่อความหมายและมีการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้ชัดเจน

2.4) ร้านอาหารและบริการ การจัดทำอาหารต้องสะอาด คำนึงถึงสุขอนามัยและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว แจ้งราคาชัดเจน ควรมีการจัดระบบรักษาสิ่งแวดล้อม มีระบบการบำบัดน้ำเสีย และการจัดการขยะ เป็นต้น

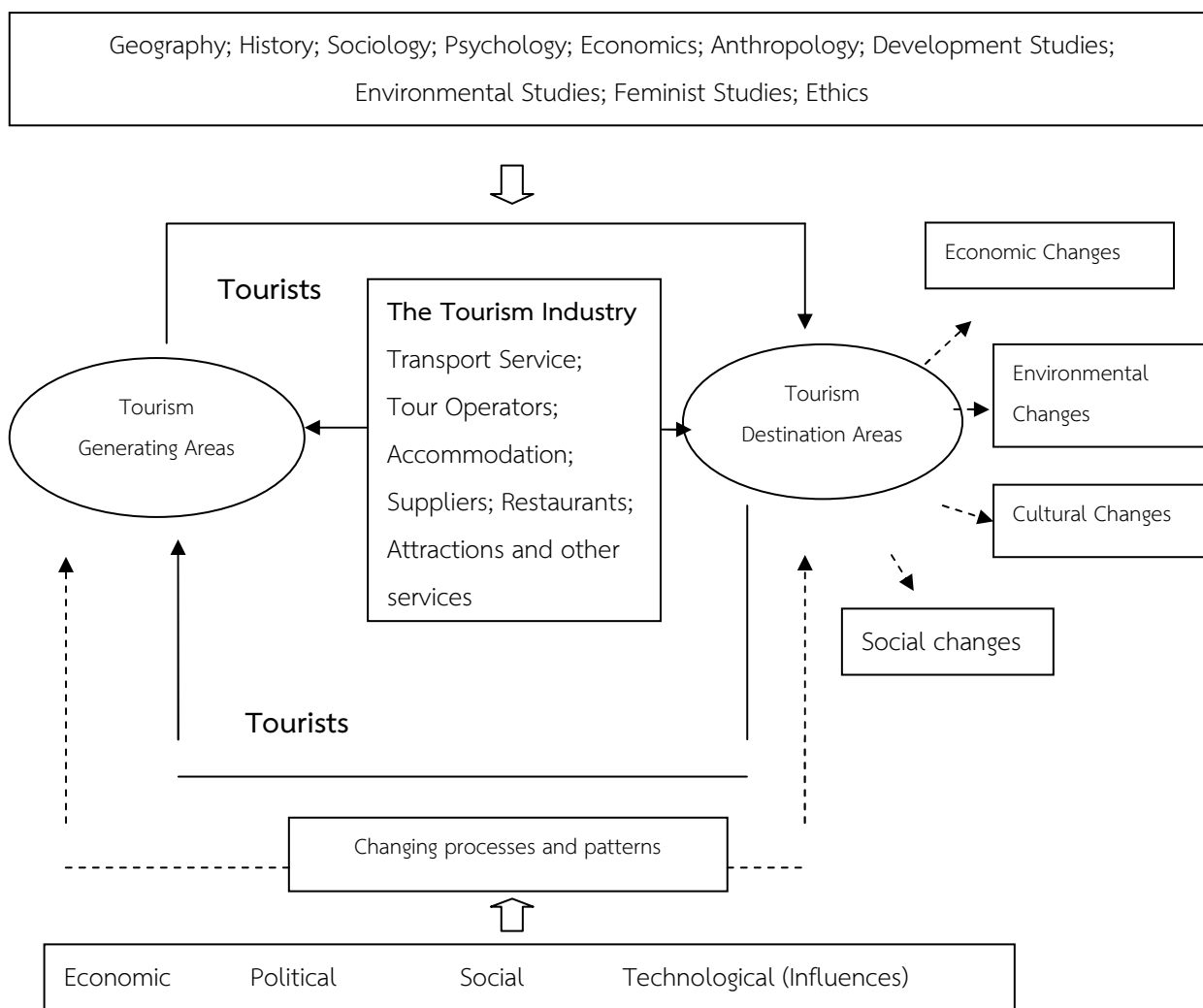
2.5) สินค้าที่ระลึก การจัดทำสินค้าที่ระลึกต้องคำนึงถึงควมมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่มีระบบการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน มีการแจ้งราคาชัดเจนและควรสร้างมาตรฐานสินค้าให้ได้ระดับสากล



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของการจัดการท่องเที่ยว

1.3 ระบบการท่องเที่ยวกับสังคม

Mill and Morrison (2002) ได้แนะนำรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับสภาพสังคมไว้ว่า การรวมกันของประวัติศาสตร์กับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ในส่วนของนักท่องเที่ยวเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพึงพอใจในพื้นที่ท่องเที่ยวก็จะกลับมาเที่ยวซ้ำ ในส่วนของผู้ประกอบการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการดูแลรักษาพื้นที่ให้มีสภาพที่ดีโดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมจากระบบการท่องเที่ยว ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม ซึ่งจากการศึกษาของ Mill and Morrison ได้ให้ความสำคัญกับคนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างความเข้าใจระบบการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่เป็นผู้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว จึงต้องมีการจัดการท่องเที่ยวร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยอยู่บนเงื่อนไขของความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมของแต่ละพื้นที่ (แผนภาพที่ 3)

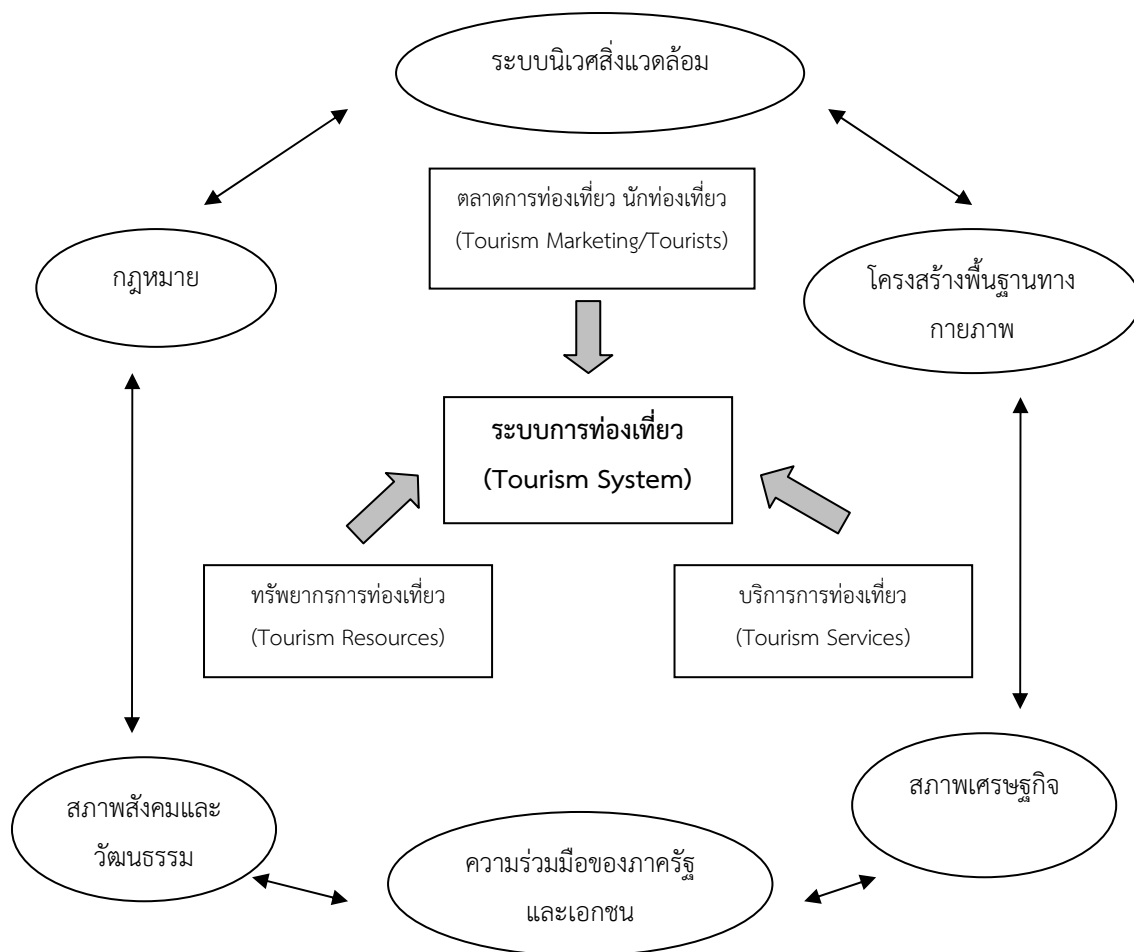


ภาพที่ 3 The tourism System and the Social Sciences

การศึกษาของ Mill and Morrison ได้ให้แนวคิดว่าการท่องเที่ยวเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของสังคมซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่นของสังคมอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวเป็นการหลอมรวมสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าสู่รูปแบบการท่องเที่ยว เป็นที่เข้าใจว่าต้นทุนของการท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่ต้องใช้การลงทุน แต่สิ่งที่ต้องจัดการอย่างเด่นชัด คือ การจัดสรรทรัพยากรให้แก่ฝ่ายต่างๆ อย่างเป็นธรรม เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้คนในสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในลักษณะของผู้ประกอบการหรือผู้รับจ้าง ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงควรคำนึงถึงระบบสังคม เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากระบบสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวมากเท่าใด ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในขณะเดียวกันก็ทำให้คนในสังคมได้ตระหนักถึงการร่วมมือในการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

1.3.1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระบบท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) (2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) และ (3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourists) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา นอกจากองค์ประกอบดังกล่าวแล้วนั้น การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สภาพเศรษฐกิจและการลงทุน สภาพสังคมและวัฒนธรรม องค์การความร่วมมือภาครัฐและเอกชนและกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้นต้องพิจารณาระบบย่อยและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น โดยปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ 5 ระบบ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบการท่องเที่ยว (วารินทร์ เหล่าสงคราม : 2550, 16)

(1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หลักฐานโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆ ซึ่งมนุษย์สามารถใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการ นำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆ ได้ ด้วยเหตุนี้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็นประเภทดังนี้

(1.1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) หมายถึง ทรัพยากรทั้งด้านชีวภาพและกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะ แก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความงดงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น

(1.2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Tourism Resources) แบ่งได้เป็นสองประเภท *ประเภทแรก* ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical Resources) หมายถึง พื้นที่

หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่เหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมาและพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ ทั้งนี้รวมทั้งวัตถุต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วย เช่น ปราสาทหินพิมาย เครื่องปั้นดินเผา โบราณสถานเวียงกุมกาม เป็นต้น *ประเภทที่สอง* ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ศิลปะ รวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณี โบราณมาสืบนรุ่นหลัง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน เช่น การแต่งกายแบบโบราณ ความเชื่อ ภาษาพื้นเมือง เป็นต้น ทั้งนี้ ยังรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ สวนสนุก เป็นต้น

(1.3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากคติความเชื่อหรือการประดิษฐ์คิดค้นของมนุษย์ ซึ่งแตกต่างไปในแต่ละท้องถิ่นตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ 2 ประเภทย่อย ได้แก่

ก. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรือวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้นและสามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่

- ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทแหล่งประวัติศาสตร์ เช่น เมืองเป็นพื้นที่ที่สามารถกำหนดขอบเขตได้จากกำแพงเมือง และคูเมือง ที่แบ่งพื้นที่ของเมืองออกจากพื้นที่โดยรอบทางกายภาพ ซึ่งเมืองมีความสัมพันธ์ทางช่วงเวลาในประวัติศาสตร์ ได้แก่ เมืองร้างแต่ปัจจุบันนำกลับมาใช้ใหม่ เมืองที่มีความต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงย่านประวัติศาสตร์ เป็นพื้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของเมืองที่ประกอบด้วยอาคารและองค์ประกอบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับกิจกรรมของย่านนั้น

- ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุ โบราณสถาน หมายถึง สิ่งปลูกสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น พระราชวัง ถนน คลอง กำแพงเมือง เป็นต้น ส่วนโบราณวัตถุ หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนย้ายได้ เช่น ศิลารีก เทวรูป เป็นต้น

- ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานและปูชนียวัตถุ หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรือสิ่งของโบราณที่ยังคงใช้ประโยชน์ในการประกอบกิจกรรมทางศาสนา เป็นที่พึ่งทางใจ เช่น วัด โบสถ์ ศาลเจ้า พระพุทธรูป เป็นต้น

ข. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต หมายถึง กิจกรรมหรือแนวทางปฏิบัติที่มนุษย์คิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านจิตใจให้มีที่ยึดเหนี่ยว ซึ่งอาจจะเกี่ยวกับเรื่องของความรื่นเริง ความหวาดกลัว การบำรุงขวัญของสมาชิกในสังคม สามารถแบ่งได้ดังนี้

- วัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับศาสนาและความเชื่อ ด้วยเหตุผลความเชื่อทางศาสนาและความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติจึงทำให้มีการกำหนด

พิธีกรรมต่างๆ ขึ้น และในปัจจุบันได้มีการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น การแห่เทียนพรรษา บุญบั้งไฟ เทศกาลกินเจ เป็นต้น

- วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเพณี การละเล่น และการฉลองประเพณีเป็นเรื่องของการปฏิบัติในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งสืบเนื่องมาเป็นเวลาช้านาน จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในชุมชนหรือสังคมส่วนใหญ่แล้วมักเป็นเรื่องที่ก่อให้เกิดความเบิกบานใจ รื่นเริงมีความสุข และปัจจุบันก็นิยมนำประเพณีมาใช้ประโยชน์เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง การแข่งเรือ เป็นต้น

- วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต เป็นการศึกษาเรียนรู้สัมผัส การดำเนินชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่นต่างๆ เช่น การเที่ยวชมวิถีชีวิตชาวลาวโซ่ง กระเหรี่ยงป่าดอง เป็นต้น

ความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว

- เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจที่จะเดินทางไปเที่ยว ยังสถานที่ ตำบล เมือง หรือประเทศนั้นๆ

- เป็นที่มาของรายได้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว คนในพื้นที่นั้นๆ ก็จะมีอาชีพและมีรายได้จากการจัดธุรกิจและการบริการให้แก่กนักท่องเที่ยวส่งผลต่อภาครัฐบาลในการจัดเก็บภาษีอากรและภาษีเงินได้ และท้ายสุดคือการนำเงินในส่วนนี้กลับสู่การพัฒนาประเทศ

- ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตและทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวคือ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจในท้องถิ่นของตนจะช่วยให้ประชาชนสามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้ ผู้คนมีอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น

- สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมากได้สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรู้ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตของคน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี สถาปัตยกรรมอันประณีตงดงาม

- ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนา ประชาชนได้รับประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ไม่สูญหายไป หากมีการนำไปใช้ก็จะมีการจัดการและใช้อย่างระมัดระวัง มีการบริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกโดยคำนึงถึงคนรุ่นหลังต่อไป

คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

1. กรรมสิทธิ์ การถือครอง (Ownership) - กรรมสิทธิ์การถือครองทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น นับเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญซึ่งจะต้องคำนึงถึงการจัดการและการวางแผน เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกรรมสิทธิ์การถือครองของรัฐ ดังนั้นรัฐจึงเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการจัดการและการวางแผน ซึ่งมักคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลักมากกว่าจะเห็นความสำคัญในเรื่องผลกำไรหรือผลตอบแทน

2. ทิศทางการดำเนินการ (Orientation) ความมุ่งหวังจากการดำเนินการโดยส่วนใหญ่ มักเกี่ยวข้องกับเรื่องผลตอบแทน เช่น การดำเนินการอาจเป็นในลักษณะการจัดเก็บค่าธรรมเนียม การเข้ามาใช้พื้นที่ เพื่อนำค่าธรรมเนียมที่ได้รับไปใช้ในการดูแลรักษา เช่น ค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานแห่งชาติ

3. ลักษณะพื้นที่ท่องเที่ยว (Special Configuration) ลักษณะทางภูมิศาสตร์และขนาดของพื้นที่ที่มีความสำคัญมาก ซึ่งหากพื้นที่มีลักษณะกว้างก็จะทำการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนและมีการกำหนดจุดท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกดูแล เช่น อุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ได้จัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ เช่น เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าใหญ่ในเขตรักษาพันธุ์ห้วยขาแข้ง เป็นต้น

4. ลักษณะความเป็นของแท้ ดั้งเดิม (Authenticity) ลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังคงเดิม เช่น ภาพเขียนจิตรกรรมฝาผนัง วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน เป็นต้น

5. สถานภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวหลัก มีความหมายว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เพียงหนึ่งเดียว หรือมีจำนวนน้อย หายาก ไม่ซ้ำกับใครที่ไหน ซึ่งสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชมได้มาก เช่น กำแพงเมืองจีน เป็นต้น

6. ความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละประเภทอาจมีความสามารถในการรองรับในแต่ละด้านและในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน เช่น น้ำตกทีลอซู มีฤดูกาลปิดทางเข้าน้ำตกในเดือน มิถุนายน-พฤศจิกายน ของทุกปี เป็นต้น

7. ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงมักเป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบการคมนาคมขนส่ง และการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

8. ภาพลักษณ์ (Image) ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวล้วนมีผลอย่างมากที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ดังนั้นการตรวจสอบภาพลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากเช่นเดียวกัน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เกิดจากความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และสถานบริการ
3. ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในด้านการท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว การเดินทาง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวนอกจากอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงอีกด้วย
4. การขนส่ง (Transportation) การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย
5. การต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว (Hospitality) การต้อนรับนักท่องเที่ยวของคนในแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกันออกไปตามประเพณี วัฒนธรรม การต้อนรับเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นการสร้างความประทับใจ

Collier & Harraway (1997) ได้นำเสนอแนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 3As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ หรือ เหตุการณ์ โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง ประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ประกอบด้วย 2 อย่างคือ

- การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

- การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 อย่างคือ

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขาภิบาล การศึกษา และการสาธารณสุข

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม การปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

(2) **นักท่องเที่ยว (Tourists)** คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวพักอยู่ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงในประเทศที่ไปเยือนและมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน เพื่อสุขภาพ เพื่อศาสนา เพื่อการศึกษา และเพื่อการกีฬา นักท่องเที่ยวมีด้วยกัน 6 ประเภท คือ

(2.1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักรถในต่างประเทศ

(2.2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่เข้ามาในประเทศแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

(2.3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งมิได้ค้างคืน

(2.4) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศ และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

(2.5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

(2.6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

ปัจจัยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยว บริการทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน
- การคมนาคม เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศต้องสะดวก รวดเร็วและปลอดภัยทั้ง 3 ทาง ได้แก่ ทางบก มีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก ทางน้ำ มีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ทางอากาศ มีทางอากาศยานที่ทันสมัย มีสายการบินมาลงจำนวนมาก
- วิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกและรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสารบริการ

(3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึง กิจกรรม รูปแบบ หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น จะต้องมิตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่นั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

- การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

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

1.4 รูปแบบการท่องเที่ยว

แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเนื่องจากความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของประชากรโลกจะยังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากทัศนคติของคนที่เปลี่ยนไป โดยการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย แต่การท่องเที่ยวสามารถให้ความรู้ ประสบการณ์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเพิ่มขึ้น UNWTO (United Nations World Tourism Organization) ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก ว่าจะมีถึง 668 ล้านคน ในปีค.ศ.2000 การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศไม่ว่าจะเป็นการลดชั่วโมงการทำงาน เช่น ในไต้หวัน เกาหลีใต้ ส่วนประเทศญี่ปุ่นได้สนับสนุนให้ประชากรได้มีโอกาสพัฒนาประสบการณ์ของตน จากการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการบิน ซึ่งจะช่วยย่นระยะทางในการเดินทาง รวมทั้งการลดลงของอัตราค่าโดยสาร หรือการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งทำให้เกิดการแสวงหาข้อมูลเพื่อการเดินทางและการจัดเตรียมการเดินทางเป็นไปได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามมา โดยเฉพาะการจัดการเดินทางด้วยตนเองจะเป็นรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

ลักษณะการเดินทางข้ามภูมิภาคจะเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีโอกาสสูงในการรับนักท่องเที่ยวนอกภูมิภาค แต่ในขณะเดียวกัน การสูญเสียตลาดนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคก็จะมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน ระดับการแข่งขันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นการแข่งขันระดับโลกมากกว่าการแข่งขันระดับภูมิภาคเช่นที่ผ่านมา ประเทศต่างๆ ได้มุ่งใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตน

ระดับการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยวจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในทศวรรษต่อไป โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่จะเข้ามามีบทบาทในการแข่งขัน

การเปลี่ยนไปของการเดินทางท่องเที่ยวมีปัจจัยเกี่ยวข้องมากมายจากแนวคิดและรูปแบบในการใช้ชีวิต นอกจากปัจจัยทางด้านประชากร สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองแล้ว ในปัจจุบันรูปแบบการใช้ชีวิตสามารถบ่งบอกรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งพัฒนาขึ้นจากความต้องการที่ไม่หยุดนิ่งของนักท่องเที่ยว และส่วนหนึ่งมาจากสภาพข้อจำกัดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและนโยบายของรัฐที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีช่องทางเลือกมากขึ้นกว่าเดิม โดยจะมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มสนใจพิเศษ (Special Interest) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำรงอยู่ได้โดยมีนักท่องเที่ยวมาเยือนเยียนอย่างสม่ำเสมอ และทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้ โดยมีรูปแบบทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่งในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540 : 9 - 10) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวก็คือ เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต จากรายงานวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2548 : 16) ได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) ไว้ดังนี้

1.1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.2) การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural & Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมี

ประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

1.3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism or Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะชื่นชมและเพลิดเพลินกับการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมต่าง ๆ ในแหล่งธรรมชาติด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน สามารถที่จะสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วย โดยสุกรานต์ (2542 : 345) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการเดินทางยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพสภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ คุณค่าทางธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการรักษาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้สำนึกรับผิดชอบต่อร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ประสบการณ์และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเกิดจากการศึกษาและเรียนรู้ด้วยตนเอง
4. เป็นการจัดการที่เน้นการใช้ประโยชน์ทั้งในส่วน of นักท่องเที่ยว ชุมชน และธรรมชาติ
5. เป็นการจัดการที่เน้นสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ส่องสัตว์ ดูนก เทียวถ้ำ น้ำตก พายเรือ (แคนู คยัค เรือใบ กระดานโต้ลม) ดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น น้ำลึก) ตั้งแคมป์ ล่องแพ ขี่ม้า นั่งช้าง

3) รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่ได้รับคานิยมจากนักท่องเที่ยว

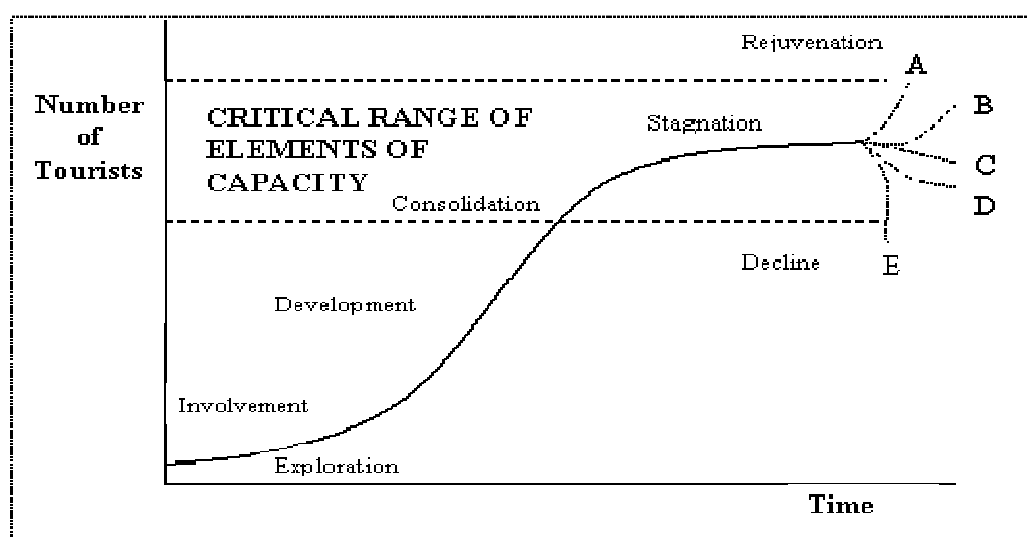
- New Design ประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะ Eco - Lodges Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย Unusual การท่องเที่ยวแบบแปลกๆ ใหม่ๆ Hospitality leading country การใช้ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีน้ำใจอวยชัยไมตรีเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ใหม่นอกจากนี้ยังรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เพื่อบำบัดโรค บำรุงรักษาฟื้นฟูสุขภาพกายและจิตใจ
- New Attitude การท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะ (Niche & Specialized) เช่น บุติคโฮเต็ล การกระโดดบันจี้จัมพ์ การท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpack Tourism) การท่องเที่ยวกับบุคคลสำคัญ (Celebrity Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร (Culinary Tourism) การดำน้ำ (Dive Tourism) การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสตรี (All female Trip) การท่องเที่ยวไปในอวกาศ (Space Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมในเทศกาลหรือเหตุการณ์สำคัญ (Event Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบข้ามพรมแดน (Border Tourism / Cross-Border Tourism) เป็นความร่วมมือทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศเพื่อรองรับการยกระดับและการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงการใช้ทรัพยากรร่วมกัน
- การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อต้องการเรียนรู้โดยมีการจัดการ การวางแผนล่วงหน้า มีครูผู้สอนที่ชำนาญและมีการฝึกหัดตามแบบแผน ซึ่งจะเน้นที่การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น การเรียนทำอาหารไทย การเรียนรำไทย การเรียนภาษาไทย การเรียนดำน้ำ เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการเข้าไปสัมผัสกับชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มคนต่าง ๆ โดยตรงเพื่อให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น มิใช่ผ่านวัตถุหรือการแสดงที่จัดขึ้น อาทิ การเยี่ยมชมหรือพำนักรักกับชาวไทยภูเขา ชาวบ้านพื้นเมือง เป็นต้น

1.5 วงจรชีวิตทางการท่องเที่ยว

Miller & Gallucci ได้วิเคราะห์วงจรชีวิตของการท่องเที่ยว โดยแบ่งช่วงการท่องเที่ยวไว้ 6 ระยะ กล่าวได้ว่า ระยะแรก ช่วงเริ่มต้น คือ การสำรวจ การค้นพบในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ระยะที่สอง ช่วงเกี่ยวพัน เป็นระยะของการเติบโตขยายตัว มีนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นระยะที่ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถควบคุมได้ ระยะที่สาม ช่วงการพัฒนา เป็นระยะที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก การท่องเที่ยวเริ่มเติบโต

ทำให้ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้อง สร้างระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นเข้าสู่ระยะที่สี่ ช่วงพัฒนาอย่างเข้มข้น การท่องเที่ยวเข้ามา มากมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวอย่างหนาแน่น ส่งผลต่อระยะที่ห้า ระยะของการชะลอตัว การหยุดนิ่ง เป็นช่วงของการเปลี่ยนผ่าน (หัวเลี้ยว-หัวต่อ) และเข้าสู่ระยะสุดท้ายคือระยะการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของภายในและภายนอก ซึ่งในระยะนี้มีตัวแปรหลายอย่าง โดย Miller & Gallucci ได้ให้ความหมาย ดังนี้

- A หมายถึง ฟื้นฟูและเติบโต ผ่านการเรียนรู้ มีวุฒิภาวะที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- B หมายถึง ปรับตัวและเติบโต แต่เป็นการเติบโตในอัตราที่ลดลง
- C หมายถึง เติบโตอย่างคงที่ อยู่กับที่ มีเสถียรภาพ ไม่ขึ้นไม่ลง
- D หมายถึง ตกต่ำ หมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง
- E หมายถึง ตกต่ำอย่างรวดเร็ว หมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างรวดเร็ว



ภาพที่ 5 แสดงวงจรชีวิตของการท่องเที่ยว Hypothetical Evolution of a Tourist Area
(Adapted from Miller and Gallucci, 2004)

2. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วม

เอนสมิงเจอร์ (อ้างในสัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547 : 27) กล่าวว่า เป้าหมายของการพัฒนา คือ การพัฒนาคน การทำให้เขาสามารถพึ่งตนเองได้อย่างนับถือตนเอง การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ผู้มีส่วนร่วมต้องมีความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ซึ่งจุดเด่นของการมีส่วนร่วม คือ การพยายามประสานประโยชน์ที่เหมาะสมของทุกฝ่าย กล่าวคือ ผู้ประกอบการได้ผลตอบแทนในการประกอบการที่สามารถสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น ในขณะที่ชุมชนซึ่งมีบทบาทในการช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ก็ได้ส่วนแบ่งในผลตอบแทนด้วย

Cohen & Uphoff (1977) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาโดยทั่วไปประชาชนอาจเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไร เข้าร่วมในการนำโครงการไปปฏิบัติ โดยเสียสละทรัพยากรต่างๆ เช่น แรงงาน วัสดุ เงิน หรือร่วมมือในการจัดกิจกรรมเฉพาะด้าน เข้าร่วมในผลที่เกิดจากการพัฒนาและร่วมในการประเมินผลโครงการ

การมีส่วนร่วม (นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, 2547 : 19) ให้ความหมายว่า การให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินโครงการและร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา สอดคล้องกับ วิรัช (2530 : 61) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่ส่งเสริมชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ชาวบ้านทั้งในรูปของส่วนบุคคลและกลุ่มคนต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ กิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมโดยจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ มิใช่เข้าร่วมเพราะหวังรางวัลตอบแทนและที่สำคัญ คือการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องสอดคล้องกับชีวิต ความจำเป็น ความต้องการและวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในชุมชนด้วย

สมศักดิ์ คงเที่ยง (2547 : 164) ให้ความหมายของ การมีส่วนร่วม คือ เปิดโอกาสให้สมาชิกและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจกิจการใด ๆ ให้ความช่วยเหลือ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อประชาชน ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมทำ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ เพิ่มความรับผิดชอบ พึงพอใจในผลดำเนินการ โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม คือ

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันโดยเริ่มจากการร่วมคิด การร่วมวางแผน การร่วมดำเนินงาน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมกันพบปัญหาหรือเผชิญอุปสรรค การร่วมกันพบความสำเร็จและการร่วมกันชื่นชมยินดีกับความสำเร็จนั้น

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนานั้น ประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยมีนักวิชาการจากภายนอกเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนทั้งในด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีที่เหมาะสม (ทศพล กฤตยพิสิฐ, 2537 : 13) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่งเป็นการวัดเชิงคุณภาพออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้ (กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา : 200 - 206)

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในขั้นการริเริ่มการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา/สาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการของชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผนในการพัฒนาซึ่งเป็นขั้นตอนของการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ของโครงการ วิธีการตลอดจนแนวทางการดำเนินงานและทรัพยากรที่จะใช้

ขั้นตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินการพัฒนา เป็นส่วนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณ เทคโนโลยี ฯลฯ จากองค์กรภาคีพัฒนา

ขั้นตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในขั้นตอนรับผลประโยชน์จากการพัฒนา ซึ่งเป็นทั้งการได้รับผลประโยชน์ทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ

ขั้นตอนที่ 5 การมีส่วนร่วมในขั้นประเมินผลการพัฒนาเป็นการประเมินว่าการที่ประชาชนเข้าร่วมพัฒนา ได้ดำเนินการสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด การประเมินอาจประเมินแบบย่อย (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลความก้าวหน้าเป็นระยะๆ หรืออาจประเมินผลรวม (Summative Evaluation) ซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปรวบยอด การมีส่วนร่วมทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นซึ่งพร้อมที่จะดูแลตัวเอง ความผูกพันกับท้องถิ่นจะมีมากขึ้นและความสนใจในการพัฒนาท้องถิ่นก็จะตามมา

นพกาญจน์ เมตตานนท์ (2541 : 35) ได้อธิบายขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนไว้ 5 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สภาพชุมชน ปัญหา และสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจว่าควรทำอะไร อย่างไร เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ขั้นตอนนี้รวมถึงการร่วมกันแสดงความคิดเห็นในการวางแผนจนถึงสิ้นสุดกิจกรรม ร่วมระบุความต้องการ ตั้งเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการพัฒนาและร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากร
3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ โดยร่วมกันบริหารกิจกรรมการใช้ทรัพยากร หรือช่วยสนับสนุนทรัพยากร และการร่วมลงแรงในกิจกรรมการพัฒนา

4. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ทั้งในแง่วัตถุและสังคมในพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เพื่อหาข้อดี ข้อเสีย และอุปสรรคของการดำเนินงานแล้วนำมาเป็นบทเรียน หรือประสบการณ์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของชุมชน

ผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาคือการทำให้ดีขึ้น การยกระดับมาตรฐานมนุษย์ สังคม และกระบวนการต่างๆ ให้สูงขึ้น หัวใจของการพัฒนาคือการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุด เมื่อคุณภาพของบุคลากรสูงขึ้น กระบวนการดำเนินงานก็จะมีประสิทธิภาพเช่นกัน ซึ่งการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม คือ การที่คนในชุมชนได้ร่วมกระบวนการของการแสดงความคิดเห็น วางแผน ปฏิบัติ ตัดสินใจ และร่วมประเมินผล แก้ไขปัญหาาร่วมกันโดยใช้วิธีการของกลุ่มสังคมในชุมชนเอง โดยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

3. แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

3.1 แนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของและสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้านพร้อมกันทั้งด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2543)

การท่องเที่ยวชุมชน ถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก ที่จะเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ถึงการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก ไม่เน้นที่เศรษฐกิจเป็นตัวตั้ง เพราะจะนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งในเรื่องของผลประโยชน์ ก่อให้เกิดความแตกแยกในชุมชนในที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างให้คนเกิดความรัก ความภูมิใจ ความหวงแหน การรู้จักถึงคุณค่าเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ตนมีอยู่เสียก่อน ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเอกลักษณ์ มีเสน่ห์ และทำให้คนในชุมชนมีความต้องการที่จะนำเสนอความภาคภูมิใจในสิ่งต่าง ๆ ไปยังคนภายนอกและสามารถถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึงหรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จัก จึงใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการธรรมชาติแวดล้อม การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ควบคู่ไปพร้อมกัน

Hatton (1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกระบวนการท่องเที่ยว โดย ให้คำจำกัดความของ การท่องเที่ยวโดย

ชุมชน ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาชุมชนบนฐานแนวความคิดของชุมชนเองซึ่งแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์ของตน มีความเป็นเจ้าของในกิจการของชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชนมีเป้าหมาย คือ 1) การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การเอาใจใส่ต่อวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน การรักษาสิ่งแวดล้อม โดยยกตัวอย่างการศึกษาของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank) ที่ได้นำการท่องเที่ยวชุมชนเข้าสู่การศึกษาโครงการ Mekong Tourism Development Programme ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อช่วยแก้ปัญหาของความยากจนของชุมชน

Hinch and Butler (1996: 3) ศึกษาว่าการท่องเที่ยวชุมชนมีความเชื่อมโยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากคนในชุมชน และควบคุมกระบวนการจัดการโดยชุมชน มีการให้บริการซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมของชุมชน ถือเป็นหัวใจหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก แต่ละหมู่บ้านจัดให้มีการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชนของตนเองอย่างหลากหลาย โดยมีลักษณะและรูปแบบการบริการที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไปตามลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่พบเห็นกันบ่อย ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบไหนก็มีจุดมุ่งหมายเหมือนกัน คือ มุ่งให้เกิดการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญ สอดคล้องกับศาสตราจารย์ศ สันตสมบัติ (2544 : 39 - 40) กล่าวว่า การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ต้องให้ความสนใจกับการสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นคนพัฒนาและมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดขายของภาคเหนือที่ต้องพัฒนาใช้กลุ่มชาติพันธุ์มีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งยังจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่โดยมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนการท่องเที่ยว

สินธุ์ สโรบล และคณะ (2545 : 3) การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การผลิตชุมชนมาเป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนไปถึงคนรุ่นลูกหลาน

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึงการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมีหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 10 ประการ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550 : 21) ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

หลักการทำการท่องเที่ยวชุมชน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : 2547)

จากแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเอง โดยดำเนินการไปพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนต่างๆ มากมาย จึงมีหลักการทำงาน คือ

- 1) การท่องเที่ยวชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
- 2) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วม เรียนรู้ร่วมกันและรับผลประโยชน์ร่วมกัน
- 3) ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อเป็นกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการกำหนดทิศทาง การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน
- 4) รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

5) มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

6) ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสมและมีความชัดเจน

7) การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องและพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

8) รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสีงแวดล้อม

9) การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยวจะเป็นการทำลายวิถีชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

10) องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์, 2553)

การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญหลายด้าน ดังนี้

1) ความสำคัญต่อการวางแผนทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนแล้วต้องมีกระบวนการที่มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยเฉพาะการวางแผนเพื่อดำเนินการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตน และในการวางแผนระดับประเทศก็ควรคำนึงถึงชุมชนเป็นพื้นฐาน เช่น ลักษณะแวดล้อม ความเหมาะสม เป็นต้น

2) มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากการริเริ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นควรที่จะเกิดจากความสมัครใจของชุมชนเป็นหลักก่อนเป็นครั้งแรก และให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการมีส่วนร่วมอย่างถูกทิศทาง และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นนั้นก็จะเกิดได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

3) มีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ คือ โลก กลุ่มประเทศ ประเทศ ภูมิภาค เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น ควรได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบขององค์กรตั้งแต่ระดับโลก จนถึงระดับท้องถิ่น ซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4) เป็นรายได้สำคัญสู่ชุมชน โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ประเทศยากจน คือการนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลักหรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ทั้งนี้ต้องเกิดการบริหารจัดการและการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม

ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

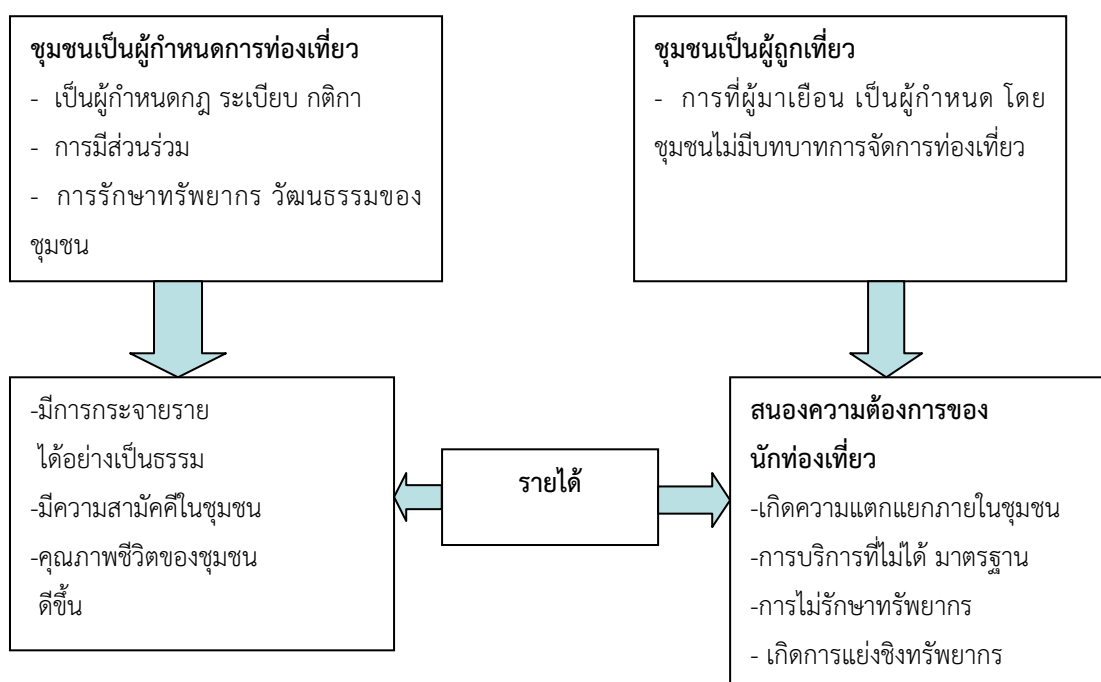
- 1) วัตถุประสงค์ คือ รับผิดชอบสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรมและตอบสนองความต้องการของชุมชน
- 2) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการจัดการทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
- 3) เน้นการพัฒนาแบบองค์รวม
- 4) ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 5) รายได้ไม่ใช่รายได้หลัก ชุมชนเป็นผู้กำหนดรายได้ มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

องค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

- 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
 - ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) ด้านองค์กรชุมชน
 - ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
 - มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย
 - ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
- 3) ด้านการจัดการ
 - มีกฎ กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว
 - มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้
 - มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
 - มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
- 4) ด้านการเรียนรู้

- ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญและเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานแนวคิดที่ว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการ ตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2547) โดยเมื่อชุมชนเปิดตัวเรื่องการท่องเที่ยวออกสู่สาธารณะแล้วในฐานะแหล่งท่องเที่ยว จึงควรจะมีความพร้อมอย่างน้อย 4 เรื่อง ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบการบริหารจัดการ



ภาพที่ 6 เปรียบเทียบบทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

3.2 การประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (2546) กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

- เพื่ออนุรักษ์และปกป้องทรัพยากร
- เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม
- เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีของชุมชน
- เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน
- เพื่อเป็นการสร้างความสามัคคีในชุมชน
- เพื่อการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน
- เพื่อเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้านและหารายได้เข้ากองทุนหมู่บ้าน

ผลที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชน สามารถแบ่งได้ 3 ด้าน คือ

1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม
 - เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน
 - เกิดการพัฒนาความรู้ ทักษะในการทำงาน
 - สร้างโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน
2. ด้านสิ่งแวดล้อม
 - สร้างจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมทั้งชาวบ้านและผู้มาเยือน
 - เกิดแบบแผนการจัดการทรัพยากรโดยชุมชน มีกฎ กติกาในการดูแลรักษาเพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
 - มีระบบจัดสรรรายได้เข้าไปดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
3. ด้านเศรษฐกิจ
 - ก่อให้เกิดรายได้เสริม
 - มีกองทุนในการต่อยอดงาน/พัฒนางานให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น
 - สร้างงานหรือกิจการที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีองค์ประกอบด้วยกัน

1) ผู้นำชุมชนและกลุ่มแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอกและสภาพปัญหาชุมชน ตลอดจนมองแนวทางแก้ปัญหาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อทิศทางการแก้ไขปัญหาโดยภาพรวมของชุมชนได้แล้วจึงกำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

2) การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ชุมชนต้องมีการคิดไตร่ตรอง วินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับอย่างไร ควรเป็นรูปแบบใด ใครบ้างที่เกี่ยวข้อง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังนักท่องเที่ยวกลับแล้วมีการลดผลกระทบอย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

3) ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วมีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบในงานหนึ่งขององค์กรนั้น ๆ แต่ทั้งนี้ต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง

4) การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้

5) ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว จะมีบทบาทหลากหลายมากขึ้น คือจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต้องไม่ใช่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำภายในชุมชนเท่านั้น ควรมีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

6) การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสมสอดคล้องยิ่งขึ้นและร่วมแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

7) ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

3.3 ตัวชี้วัดในการประเมินความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553 : 80) กล่าวว่า การเข้าใจถึงตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อใช้ในการประเมินความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทั้งสิ้น 6 ตัวชี้วัดหลัก ซึ่งประมวลผลมาจากข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัดที่ 1 การท่องเที่ยวชุมชนที่สำเร็จได้ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและอย่างทั่วถึง ชุมชนมีการบริหารจัดการโดยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อการบริหารการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ที่สำคัญชุมชนต้องสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ การสนับสนุนนั้นจะเต็มใจได้ต้องมาในรูปแบบที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม มีส่วนวางแผน ให้ความคิดเห็นทางการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของพวกเขาเอง

ตัวชี้วัดที่ 2 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชนต้องกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม การที่ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพราะการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทุกคนในชุมชนควรได้รับโอกาสเท่าเทียมกัน ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะเป็นในเชิงเศรษฐกิจและสังคม เช่น รายได้ที่ชุมชนได้รับ การยกระดับมาตรฐานชีวิต การขจัดความยากจน หรือการมีการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในชุมชน

ตัวชี้วัดที่ 3 การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนต้องดำเนินไปอย่างมีระบบที่ดีและอย่างระมัดระวังเป็นสำคัญ คือ มีกระบวนการที่ดีมีระบบ มีการวางแผนและการจัดการที่ดี มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีหรือมีการตลาดที่ดี เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้วควรที่จะมีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนไปอย่างช้าๆ และอย่างรอบคอบ เพื่อชุมชนจะได้มีเวลาในการปรับตัวในการเรียนรู้และแก้ไขผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

ตัวชี้วัดที่ 4 ควรที่จะมีความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพราะชุมชนสามารถได้รับความช่วยเหลือ แนะนำหรือสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญภายนอกได้ เช่น ภาครัฐกิจ การสนับสนุนทางการเมืองและเศรษฐกิจ หรือทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

ตัวชี้วัดที่ 5 ชุมชนต้องมีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลักของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยชุมชนต้องค้นหาจุดเด่นที่แท้จริงของชุมชนตนเอง เพื่อเกิดการอนุรักษ์เอกลักษณ์นั้นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ประเพณี วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น

ตัวชี้วัดที่ 6 การท่องเที่ยวในชุมชนต้องมีการพิจารณาเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมไปด้วยเนื่องจากรูปแบบของท่องเที่ยวชุมชนนั้นต้องดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างความตื่นตัวทางด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนด้วย บางชุมชนจะมีการรวมตัวกันเป็นองค์กรด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน หรือการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักอย่างหนึ่งของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเช่นกัน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่า การท่องเที่ยวชุมชนเป็นทางเลือกที่จะสร้างสรรค์การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มากกว่าการแสวงหารายได้ แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างความเข้าใจของคนในสังคมมองชุมชนเป็นศูนย์กลางและพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หมายถึงการท่องเที่ยวที่คน

ในชุมชนรวมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการ และอนุรักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน คนในชุมชนเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินการทางการท่องเที่ยว และในการดำเนินการแต่ละครั้งนั้นชุมชนต้องคำนึงถึงผลกระทบ ผลดีผลเสียจากการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชน

4.แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของภาพลักษณ์

จารุณี ทรัพย์บุญโต (2555 : 6 - 7) ได้กล่าวว่า ความหมายของภาพลักษณ์ตามที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ระบุไว้ว่า ภาพลักษณ์ (อ่านว่า พาบ-ลัก) ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Image แปลตามศัพท์ว่า ลักษณะภาพที่เห็น ส่วนใหญ่ใช้ในความหมายว่าภาพของบุคคล องค์กร สถาบันตามที่สาธารณชนมองเห็น เป็นภาพที่เกิดขึ้นใจของคนที่เห็น มักเกิดขึ้นจากลักษณะ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้นๆ นอกจากความหมายนี้แล้วยังมีนักวิชาการที่ให้ความหมายเอาไว้อีก เช่น พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2549) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่างๆ และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเองโดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย อาศัยประสบการณ์ การค้นหาความรู้ การหลอมรวมและสร้างสรรค์ คติวิเคราะห์สิ่งต่างๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งต่างๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรองของแต่ละคนมาแล้ว จึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเองนอกจากนี้ Kenneth E.Boulding (1975) ยังอธิบายความหมายของภาพลักษณ์เอาไว้ว่า เป็นความรู้ ความรู้สึก ของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเองเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นตัวกำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริงเนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมายหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย” จากความหมายที่กล่าวมาจึงพอสรุปใจความได้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นกระบวนการทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการรับรู้ และสิ่งที่ปรากฏขึ้นใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในในสร้างการจดจำและความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่ลบเลือนไปได้ยาก

จิตติมา คนตรง (2548 : 5 - 6) ได้รวบรวมความหมายของแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวไว้ว่า ภาพลักษณ์ ตามความหมายของเกรียงศักดิ์ (2540 : 83) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยเวลาอันยาวนาน ประกอบกับความเพียรพยายามสะสมเพิ่มพูนขึ้นมาทีละน้อยจนกลายเป็นรากฐานที่มั่นคงแน่นหนาอยู่ในจิตใจความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติของคนทั่วไป เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ อย่างแท้จริง โดยทั่วไปแล้วภาพลักษณ์ในสายตาของคนส่วนใหญ่คือ ภาพที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดจะเกิดขึ้นได้จากความเชื่อถือ และศรัทธาของประชาชน แต่ภาพลักษณ์ของบุคคลใดจะเป็นเช่นไรนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ข้อมูลหรือข่าวสารที่คนทั่วไปได้รับจะประทับใจหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรม ในขณะที่ วิรัช (2540 : 76) ให้ความหมายของภาพลักษณ์ว่า เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งที่ชีวิตหรือไม่มีก็ได้ ภาพสามารถสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เราสร้างขึ้นเองก็ได้ นอกจากนี้ อรุณ (2540 : 79) ได้ให้ความหมายอีกด้านหนึ่งว่า ภาพลักษณ์ เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานแทบจะทุกเรื่องไป ทั้งเรื่องเล็กเรื่องใหญ่ นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่ สถานที่ทำงาน ผลิตภัณฑ์ การบริการ ทรัพยากร และทุกอย่างที่เกี่ยวกับหน่วยงาน จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อองค์กร สถาบัน ซึ่งเกิดมาจากประสบการณ์โดยตรงและโดยอ้อมของบุคคลเอง เช่น พบปะด้วยตนเอง หรือได้ยินจากคำบอกเล่าของผู้อื่นหรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ นั้นเอง

สุรางคณา ณ นคร (2548 : 19 - 20) ได้กล่าวถึงความหมายของภาพลักษณ์โดยทั่วไปและภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวไว้ว่า มีนักวิชาการทางด้านการประชาสัมพันธ์หลายท่านให้ความหมายของภาพลักษณ์ไว้ใกล้เคียงกัน เช่น Lesley (อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2540) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลนั้นๆ ในขณะที่ Robinson และ Barlow อธิบายอีกว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตัวเราเอง จากความหมายในลักษณะที่กล่าวมานี้ มานิต รัตนสุวรรณ (2527) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ให้มีความกระชับว่า ภาพลักษณ์คือความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งจะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นภาพความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจของชาวบ้าน ที่มีต่อการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศรอบเขาหลวง เป็นต้น

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2549 : 383) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเอาไว้ว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์ ของการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น โดยเป็นภาพจากความรู้สึกนึกคิดโดยรวม ทั้งความเชื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ความ

ประทับใจ ที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านการบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสังคมของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวนี้เป็นตัวบ่งบอกว่านักท่องเที่ยวมองถึงการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นเป็นอย่างไร

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของ ภาพลักษณ์ได้ว่าเป็นความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดขึ้นต่อองค์กร สถาบัน ซึ่งเกิดมาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของบุคคล เช่น พบปะด้วยตนเอง หรือได้ยินจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ ภาพลักษณ์จึงอาจเป็นชื่อเสียงก็ได้ สำหรับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจึงเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ความประทับใจ ที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีต่อการท่องเที่ยวทั้งด้านการบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสังคมของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวนี้เป็นตัวบ่งบอกว่านักท่องเที่ยวมองถึงการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นเป็นอย่างไรนั่นเอง

4.2 คุณลักษณะของภาพลักษณ์

สุรางคณา ภู นคร (อ้างแล้ว: 20-22) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความประทับใจ เป็นภาพลักษณ์ที่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับและสิ่งเหล่านี้ จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์การ เช่น ธนาคารต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดี “ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน” องค์กรหรือธนาคารนั้น จะต้องประพฤติในสิ่งดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ซึ่งกลุ่มประชาชนที่เป็นลูกค้าสามารถประสบได้ด้วยตนเองหรือได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เหล่านั้นมา ก็จะทำให้เกิดความประทับใจที่ดี ซึ่งนำไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีตรงตามจุดประสงค์ของธนาคาร เป็นต้น

2) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดี มาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์กรมากระทบ ดังนั้นองค์กรต่างๆ จะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างไรและจะได้ส่งเสริม รักษาหรือแก้ไข ให้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรคงอยู่ต่อไป

3) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่หนึ่ง หมายถึง ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องไม่ขัดแย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบาย ดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติรวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์กร

4) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ เป็นการสร้างภาพใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งต่าง ๆ ให้นั่นคงเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานความน่าเชื่อถือ การสร้าง ภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใดๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น

5) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็น นามธรรมให้เป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนองดึงดูดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจนต่อกลุ่มประชาชน เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งต้องการสร้าง ภาพลักษณ์ที่เต็มไปด้วยความหรูหรา สะดวกสบาย การนำเสนอภาพลักษณ์นี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรม ด้วยภาพสถานที่ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกแก่แขกผู้มาพักในแผนพับแนะนำโรงแรม

6) ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่าง นั่นคือภาพลักษณ์จะต้อง ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจและจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความ ต้องการ เช่น เครื่องหมาย (Logo) คำขวัญ (Slogan) เป็นต้น ซึ่งก็คือการสร้างภาพลักษณ์ให้มี เอกลักษณ์ (Identity) ที่โดดเด่นนั่นเอง

4.3 ประเภทของภาพลักษณ์

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2549 อ้างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต อ้างแล้ว : 7 - 8) ได้กล่าวถึงประเภท ของภาพลักษณ์เอาไว้ 6 ประเภทสำคัญดังนี้

1) ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากภาพใหญ่ของ สังคม เป็นความหลากหลายของสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อ การศึกษา พื้นฐานที่มากที่ แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการที่มีความรู้และประสบการณ์แตกต่างกันไปด้วย รวมทั้งอาจมองเรื่อง เดียวกันในมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบัน ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้น หน้าที่ที่ต้องกระทำคือ การรู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบันเพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือภาพลักษณ์ที่ไม่ ถูกต้องเหมาะสม และสำรวจ ตรวจสอบ ทบทวนบทเรียนเทียบภาพลักษณ์เดิมกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบัน และคงภาพลักษณ์เดิมที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมา

3) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความ ต้องการของบุคคล โดยนำภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไป ตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานคุณภาพ ซึ่ง เปรียบเทียบเสมือนการกำหนดเป้าหมายให้กับตนเองหรือองค์กร

4) ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) ในตัวสินค้าหรือบริการล้วนแล้วแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเองไม่ต่างกับบุคคลหรือองค์กร เพียงแต่มีลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้ จับต้องได้ และเป็นรูปธรรมมากกว่า จนเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณชน

5) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นส่วนหนึ่งที่น่าสนใจควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะการสร้างเอกลักษณ์ให้จดจำได้ว่าสินนี้ ยี่ห้อนี้ การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือลีลาแบบนี้เป็นของสินค้าหรือบริการประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม เป็นต้น

6) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่ง ๆ ที่ดูภาพรวมหรือภาพกว้างขององค์กร และได้รวมเอาภาพลักษณ์ต่างๆ ข้างต้นเข้ามาไว้ในภาพลักษณ์ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ ตราสินค้า ความแตกต่างหลากหลาย การบริหารจัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่ง ๆ ออกมา

นอกจากนี้แล้ว ยังมีภาพลักษณ์ตามที่ พงษ์เทพ (2537 อ้างใน จิตติมา คนตรง, อ้างแล้ว : 7 - 8) ได้จำแนกไว้ทั้งสิ้น 10 ประเภท ซึ่งได้กล่าวไปแล้ว 6 ประเภทข้างต้น โดยมีอีก 4 ประเภทที่แตกต่างออกไปคือ

1) ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เปรียบได้กับเวลาส่องกระจกก็จะเห็นได้ว่า ภาพนั้นมองว่า สวย สง่างาม หรือตรงลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของผู้ส่อง ในกรณีเช่นกันผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ซึ่งประชาชน/คนทั่วไป อาจมองแตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

2) ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข้อมูลข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่ยากที่จะควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงมากเกินไปจนเกินความเป็นจริง

3) ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และหรือ กระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนั้นคล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

4) ภาพลักษณ์สถาบัน (Institute Image) ซึ่งคล้ายกับภาพลักษณ์ขององค์กรตั้งข้างต้นแต่เพียงมุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคงเจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด หรือตราสินค้าอะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

4.4 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ ตติยาพรณ์ จุมณีรัตน์ และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย (อ้างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต อ้างแล้ว : 9) ได้กล่าวเอาไว้สรุปได้ว่า เป็นความคิดความอ่าน และมุมมองที่บุคคลมีต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว สร้างขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความรู้สึก ความเข้าใจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่มีต่อโลกและสิ่งรอบตัว ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความรู้สึก และ ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้กระทำการใดอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) มีความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะภาพลักษณ์เป็นจุดขายหลัก ซึ่งมักนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ หรือกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวคือ ความเชื่อ และความประทับใจของบุคคลต่อสถานที่ในเชิงภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม ความมีชื่อเสียงของบุคคลและปูชนียสถาน ตลอดจนแหล่งที่มาแห่งความบันเทิงเรีงรมย์ ความผ่อนคลาย สรรถณะในการบำบัดให้เกิดความผ่อนคลายและรักษาทางกายและจิตใจ

ตติยาพรณ์ จุมณีรัตน์ (อ้างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต อ้างแล้ว : 9) ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนในท้องถิ่นมีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจหรือไม่ต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง เพราะฉะนั้น หากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงไม่ตรงกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงในทางที่แย่ลง และนักท่องเที่ยวก็จะให้ข้อมูลดังกล่าวแก่ผู้อื่น เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เที่ยวนั้น ๆ

Heath-Wall (1992 อ้างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต อ้างแล้ว) ยังได้กล่าวอีกว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการเข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและ กำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้

ตัดสินใจมาแล้ว รวมทั้งมีบทบาทในการวางแผนทางยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดและการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้นอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้ทราบถึงจุดเด่น-จุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น

4.5 ปัจจัยที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (อ้างใน จารุณี ทรัพย์บุญโต อ้างแล้ว : 10) ได้จำแนกปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 8 ด้านดังนี้

- 1) ด้านประสบการณ์ หมายถึง การศึกษาถึงความเป็นมาตรฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม และโรงแรมที่พักเหมาะสม
- 2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง การศึกษาถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาล ศิลปะ การช่าง สิ่งปลูกสร้าง และธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ
- 3) ด้านราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง การศึกษาถึงราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน อากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล และสามารถเดินเที่ยวชมธรรมชาติได้
- 4) ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่ไม่แออัดวุ่นวาย เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายให้กับชีวิตและสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนใจได้ดี
- 5) ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถค้นพบ และทำสิ่งตื่นเต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ เช่น การเดินป่า แคมป์ปิ้ง โต้เขา เป็นต้น
- 6) ด้านการเรียนรู้ หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถเรียนรู้และค้นพบวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ๆ หรือเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเดินทางมาท่องเที่ยว

7) ด้านสังคม หมายถึง การศึกษาถึงประชากรในแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน การมีน้ำใจ อภัยภัยไมตรีที่ดี และ การมีปฏิสัมพันธ์ ความสามัคคีกัน

8) ด้านชื่อเสียง หมายถึง การศึกษาถึงการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นรับฟัง

5. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย

5.1 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทยจากเอกสารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย (2012 - 2020) ของกรมพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (กรมพัฒนาการท่องเที่ยว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2013) คณะผู้วิจัยได้สรุปสาระสำคัญของเอกสารดังกล่าวไว้ดังนี้

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างค.ศ. 2001 - 2011 นั้น ประเทศไทยมองตัวเองเป็น Land Linked Country โดยมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเสถียรภาพทางการเมือง มีความสงบสุข

รัฐบาลของประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จาก 670,000 คน ในปี 2000 มาเป็นเกินกว่า 1 ล้านคนในปี 2005 และในปี 2010 มีนักท่องเที่ยวมากถึง 2.5 ล้านคน ด้วยจำนวนระยะเวลาท่องเที่ยว 7 วัน ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้เป็นอันดับสองของประเทศรองจากภาคอุตสาหกรรมเหมืองแร่ หรือประมาณ 7.5% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ นอกจากนี้ ทางรัฐบาลประชาธิปไตยประชาชนลาว คาดการณ์ว่าภายในปี 2015 และ 2020 จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 3.7 ล้านคน และ 4.3 ล้านคน ตามลำดับ และสร้างรายได้ 550 - 760 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหลักๆ ได้แก่ กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน - ไทย และเวียดนาม กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก - จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกา - ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา

นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเวลานั้น ภาคการท่องเที่ยวจัดเป็น 1 ใน 11 องค์ประกอบสำคัญต่อทิศทางการพัฒนาประเทศ รัฐบาลได้ประกาศยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม หรือเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการลงทุนในโครงสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็น เช่น ถนนทางหลวงเชื่อมเหนือ-กลาง-ใต้ นอกจากนี้

การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนลาวในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสร้างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ๆ ในหลายพื้นที่ของประเทศ เพื่อดึงดูดการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งที่พัก แหล่งบันเทิง คาสิโน สนามกอล์ฟ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

พื้นฐานของการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กอปรกับประสบการณ์ในอดีต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ SWOT Analysis ตัวเองดังต่อไปนี้

จุดแข็ง :

- สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เต็มไปด้วยแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีความ ในหลายๆ พื้นที่ของประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีป่าไม้มากถึง 41% ของพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่ป่าสงวน 20 แห่ง มีป่าไม้สัก มีแม่น้ำหลายสาย ถ้าหลายแห่ง ด้วยแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จึงถูกเรียกขานว่า “Jewel of the Mekong”

- ในด้านวัฒนธรรม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีชนเผ่าต่าง ๆ จำนวนมากที่อยู่อาศัยร่วมกันอย่างสงบสุข ซึ่งแต่ละชนเผ่าสามารถธำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีของตนไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ไม่ว่าจะเป็น ภาษา การแต่งกาย คนลาวได้ชื่อว่ามีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นมิตรกับผู้มาเยือน ซึ่งหนึ่งในเสน่ห์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ก็คือ เทศกาลตามปฏิทินจันทรคติซึ่งมีตลอดปี นอกจากนี้ ชาวลาวยังมีความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งได้กลายมาเป็นมรดกโลกอย่าง เมืองหลวงพระบาง และปราสาทวัดภู หรือ สถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวลาวยึดภาคภูมิใจอย่าง พู่ไทหิน พระธาตุหลวง พระธาตุศรีโคดตะบอง พระธาตุอิงฮัง ฯลฯ

- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียง เช่น ถ้ำเวียงไซ จังหวัดหัวพัน เส้นทางประวัติศาสตร์ของโฮจิมินห์ เป็นต้น

- บรรยากาศทางการเมืองที่มีเสถียรภาพ ซึ่งส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว

- แม้ว่าสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจะเป็นประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล แต่ประเทศเต็มไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเอกอุ ทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ซึ่ง ณ ปัจจุบัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีพื้นที่จำนวน 5 แห่งที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว คือ นครหลวงเวียงจันทน์ หลวงพระบาง เชียงขวาง สะหวันนะเขต และจำปาสัก

จุดอ่อน :

- ข้อจำกัดด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดี โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมทางบกทั้งเส้นทางในประเทศและเส้นทางเชื่อมโยงภายในภูมิภาค หรือเส้นทางการเดินทางโดยเครื่องบิน แม้ว่าจะมีเส้นทางการบินที่หลากหลาย แต่ก็มีปัญหาในการประกอบการระหว่างฤดูกาลท่องเที่ยวกับนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

- ลาวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับโลก ขาดงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ

- เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแล้ว ศักยภาพด้านการบริการท่องเที่ยวของลาวยังต่ำ

- สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านยังไม่ได้เท่าที่ควร

- ธุรกิจบริการท่องเที่ยวภายในประเทศยังคงไม่เข้มแข็ง ขาดทุน ประสิทธิภาพ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาคการท่องเที่ยวอย่างมาก

- ความไม่สมดุลระหว่างการเติบโตของการท่องเที่ยวและบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ระดับสูง

- นโยบายและกฎระเบียบของกระบวนการเข้าเมืองยังไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวและความมั่นคงของประเทศ

- ช่องว่างที่เด่นชัดระหว่างจังหวัดที่การเติบโตทางการท่องเที่ยวมีสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ

- การบังคับใช้กฎหมายที่ขาดประสิทธิภาพในการจัดการธุรกิจบริการท่องเที่ยว

- ผลกระทบเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ปัญหายาเสพติด การค้ามนุษย์

- การประสานงานระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนการท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพ

โอกาส :

- ที่ตั้งอยู่ใจกลางของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และเป็นจุดเชื่อมโยงการเดินทางกับประเทศเพื่อนบ้านตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ตะวันออก-ตะวันตก

- ตามการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกที่ว่า ภายในปี 2020 จีนและอินเดียจะเป็นประเทศที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลกตามลำดับนั้น ซึ่งทั้งสองประเทศจะเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- การบูรณาการนโยบายเศรษฐกิจแห่งชาติสำหรับการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียนจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวลาว

- การเพิ่มโอกาสและการสร้างบรรยากาศเพื่อดึงดูดการลงทุนจากนักลงทุนภายในประเทศและต่างชาติผ่านนโยบายส่งเสริมเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะช่วยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการท่องเที่ยว ซึ่งผลดีต่อการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว

- ด้วยข้อจำกัดในมาตรฐานของสาธารณูปโภคด้านการท่องเที่ยว ลาวควรต้องประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสร้างการเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร่วมกัน

อุปสรรค :

- ปัญหาการเมืองที่ไม่แน่นอนของประเทศเพื่อนบ้าน ภัยคุกคามจากการก่อการร้าย การแพร่ระบาดของโรคภัยไข้เจ็บ

- ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา

- ปัญหายาเสพติด การค้าประเวณี ความวุ่นวายทางการเมืองซึ่งทำลายภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในภูมิภาค

- การท่องเที่ยวในภูมิภาคมีการแข่งขันกันสูง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีความพร้อมน้อยกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ขาดประสบการณ์ ทักษะ เทคโนโลยี ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ

- แม้ว่าจะมีที่ตั้งอยู่ในใจกลางของภูมิภาค แต่ลาวไม่ได้ประโยชน์มากเท่าที่ควรจากการมีพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องสาธารณูปโภคและบริการซึ่งไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่เป็นระยะเวลาอันสั้นหรือไม่ก็เพื่อการแวะผ่านก่อนไปยังประเทศอื่น

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิสัยทัศน์ : วิสัยทัศน์สำหรับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติมีดังต่อไปนี้

- การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในระดับโลก

- การบูรณาการเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและสากล ซึ่งจะช่วยให้ลาวกลายเป็นประเทศเศรษฐกิจชั้นนำ

- การลดความยากจนด้วยการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งของนโยบายการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์ :

- เพื่อเพิ่มรายได้แก่ประเทศ สร้างงานสำหรับประชาชน และดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มี
การใช้จ่ายสูง รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์
และสิ่งแวดล้อม
- เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความยั่งยืนบนฐานการมีส่วนร่วมของคนใน
พื้นที่
- เพื่อสนับสนุนข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการวิจัย การลงทุนและการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยว
- เพื่อเพิ่มปริมาณการลงทุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนในการยกระดับประเทศให้เป็น
จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเพื่อเพิ่มผลิตภัณธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มีความ
หลากหลาย ตลอดจนปกป้องรักษาคุณลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่
- เพื่อระบุและกำหนดแหล่งท่องเที่ยว การจัดโซนนิ่ง และพัฒนาสาธารณูปโภคที่
เกี่ยวข้อง
- เพื่อพัฒนาผลิตภัณธ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งสามารถเชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ
ของลาว
- เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของธุรกิจการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนประกอบหนึ่ง
ของนโยบายรัฐบาล
- เพื่อสร้างความมั่นใจในมาตรฐานและกฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพในการจัดการ
ท่องเที่ยว
- เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวลาวภายใต้แคมเปญ “Lao Visit Lao”
- เพื่อเข้าใจตลาดหลักของการท่องเที่ยวลาว ตลอดจนขยายตลาดการท่องเที่ยว
ใหม่ๆ
- เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลทางด้านการท่องเที่ยว จะมีการปรับปรุงการฝึกอบรม
หลักสูตรด้านการท่องเที่ยวอย่างค่อยเป็นค่อยไป
- เพื่อจัดตั้งเครือข่ายซึ่งจะช่วยประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนทั้งภายใน
และภายนอกประเทศ เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว การสร้างและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่สถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยว การ
พัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว การดึงดูดแหล่งทุนจากภายนอกเพื่อสนับสนุน
การพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว

เป้าหมายการพัฒนา :

- บรรลุเป้าหมายนักท่องเที่ยวจำนวน 4 ล้านคน พำนักร้อยอย่างน้อย 10 วัน และมี
รายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 760 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2020 จะต้องมีผลิตภัณธ์

ท่องเที่ยวเมืองละ 1 แห่ง (One-District One-Tourism Product) รวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ

- ความพยายามเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 25 แห่งภายในปี 2020 รวมถึงการสำรวจและพัฒนาโซนนิ่งแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 40 แห่ง และปรับปรุงคุณภาพและการบริการแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่ง

- ภายในปี 2020 การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวต้องแล้วเสร็จสมบูรณ์จำนวน 200 แห่ง รวมถึงจัดการปักปันเขตแดนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน 30 แห่ง การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัดและตามด่านพรมแดนระหว่างประเทศหลักๆ

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มมากขึ้นกว่า 100 แห่ง ภายในปี 2020

- ภายในปี 2020 สร้างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อย 3,000 ตำแหน่ง

- การจัดตั้งสถาบันการท่องเที่ยวภายในปี 2015 เพื่อสร้างมาตรฐานการฝึกอบรมการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

- ภายในปี 2020 พัฒนาระเบียบ กติกา มาตรฐานสำหรับการจัดการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของอาเซียน

- การประกาศใช้กฎหมายการท่องเที่ยวให้มีผลบังคับใช้โดยทั่วไป

- การจัดมาตรฐานและประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับชาติ

- ภายในปี 2020 พัฒนาระบบเว็บไซต์การท่องเที่ยวให้ได้ประสิทธิภาพ และเพิ่มจำนวนตัวแทนด้านการท่องเที่ยวในอย่างน้อย 10 ประเทศ

- การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม ASEAN Tourism 2013 และการจัดแคมเปญ Visit Lao ปี 2017

- จัดหาและติดตั้งตู้คิออสท์ซกรีนตามศูนย์บริการการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

- จัดหาเครื่องมือเครื่องมือเอกสารต่างๆ ที่ได้คุณภาพ เช่น แผนที่ โบชัวร์ ไกด์บุ๊ก โปสเตอร์ ซีดี ดีวีดี สปอตโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อนำเสนอในสื่อระดับชาติและนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ :

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการจ้างงานสำหรับคนในพื้นที่ และดึงดูดนักท่องเที่ยวกระเป๋าหนัก สามารถทำได้โดย

- ทบทวนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สาธารณูปโภค โดยเฉพาะเส้นทางหลวง ปรับปรุงคุณภาพและบริการ

- ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศและการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ สร้างบุคลากรการท่องเที่ยว

- ตรวจสอบและประเมินแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวและโครงการต่างๆ
- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

- ยกระดับขีดความสามารถและการประสานงานการท่องเที่ยวระหว่างรัฐบาล หน่วยงานเอกชน ในการบริหารจัดการแหล่งทรัพยากรและแหล่งอนุรักษ์ทางการท่องเที่ยว

- ร่างและเผยแพร่แนวทางปฏิบัติ หลักการ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา Ecotourism บนฐานของชุมชน

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อลดความยากจน การพัฒนาที่ยั่งยืน และจัดตั้งเครือข่ายสำหรับการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถทำได้ โดย

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ One-district One-tourism
- พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานและเพิ่มอุปทานของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวท้องถิ่น
- พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง
- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดการข้อมูล สถิติ การท่องเที่ยวที่ถูกต้อง แม่นยำ และมีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนการวิจัย การลงทุน การส่งเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

- การพัฒนาระบบกลไกการเก็บข้อมูลที่ทันสมัย
- ยกระดับทรัพยากรมนุษย์
- ปรับปรุงการประสานงานของหน่วยงานระดับจังหวัดและระดับชาติ
- จัดทำวิจัยการท่องเที่ยว
- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการเพิ่มการลงทุนการท่องเที่ยว ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

- สนับสนุนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนลงทุนในสาธารณูปโภคการท่องเที่ยว สร้างบรรยากาศลงทุนที่ดี

- พัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าแก่สินค้าการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

- สำรวจโอกาสสำหรับการลงทุนของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง ที่พัก

- จัดตั้ง One Door Service เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจที่สนใจลงทุนด้านการท่องเที่ยว

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการระบุและจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเด่นของแต่ละจังหวัด

- กำหนดเส้นเขตแดนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านโดยความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น

- ปรับปรุงคุณภาพบริการการท่องเที่ยว และสร้างความผูกพันกับธรรมชาติและเอกลักษณ์ท้องถิ่น

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนากิจกรรม ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว

- สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งพักระหว่างจังหวัดสำคัญหรือประเทศเพื่อนบ้าน

- สำรวจ วิจัย วางแผนการท่องเที่ยวที่เหมาะสม บนฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว

- พัฒนายุทธศาสตร์การตลาดของการท่องเที่ยว ร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการยกระดับประสิทธิภาพของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในเรื่องของนโยบาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

- ร่างกฎกติกาและมาตรฐานการท่องเที่ยวในระดับเดียวกับมาตรฐานของอาเซียน

- ปรับปรุงกฎกติกาให้มีความทันสมัยและเอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- การมีมาตรฐานของที่พักริมน้ำ

- การมีมาตรฐานของร้านอาหารและสถานบันเทิง

- การตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

- ประสานงานกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยว

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการนำกฎกติกา ระเบียบ ข้อบังคับการท่องเที่ยวไปปฏิบัติใช้

- ประกาศใช้กฎหมายการท่องเที่ยวและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

- พิมพ์และเผยแพร่ตัวบทกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ตามสโลแกน Lao Visit Lao เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

- ปรับปรุงศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวให้ทันสมัย

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อทั้งในและต่างประเทศ เข้าร่วมงานแฟร์ด้านการท่องเที่ยว

- จัดอีเวนต์การท่องเที่ยว ร่วมมือกับบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และแผนกท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ในการส่งเสริมกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น ให้อยู่ในปฏิทินการท่องเที่ยว

- พิมพ์และเผยแพร่เอกสาร จัดแถลงข่าว ผ่านช่องทางสื่อทั้งในและต่างประเทศ

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการเข้าใจตลาดท่องเที่ยวและขยายตลาดท่องเที่ยวใหม่

๑

- วิจัยตลาดปัจจุบัน และดำเนินการสำรวจตลาดใหม่

- สำรวจตลาดการท่องเที่ยวในและต่างประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความเป็นไปได้

- พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่

- จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและต่างประเทศ

- ประสานงานเพื่อโฆษณาการท่องเที่ยวในต่างประเทศ

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาคการท่องเที่ยว

- สร้างหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น ระยะยาว สำหรับบุคลากรภาครัฐ และนักศึกษา

ในระดับอุดมศึกษา รวมถึงปรับปรุงหลักสูตรตลอดเวลา

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ สร้างสถาบันการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานสำหรับการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว

- พัฒนาความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายในการศึกษาการท่องเที่ยว

- ปรับปรุงการจัดการบริการการท่องเที่ยว และทักษะที่เกี่ยวข้อง สำหรับสถาบันด้านการท่องเที่ยว

- ดึงดูดแหล่งทุนจากองค์การภายนอกเพื่อสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

- สนับสนุนการนำข้อตกลงด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติใช้ และรับรู้ถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ One-district One-tourism

- พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทุกจังหวัด

- พัฒนาแหล่งพักผ่อนระหว่างทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นๆ

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในแผนพัฒนา 25 แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ การจัดโซนนิ่งแหล่งท่องเที่ยว 40 แห่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่ง ภายในปี ค.ศ. 2020

- ประสานงานกับจังหวัดที่ถูกยกให้มีความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว รวบรวมข้อมูลและจัดทำแผนตอบสนองยุทธศาสตร์

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงเว็บไซต์การท่องเที่ยวลาวกับอนุภูมิภาคุ่มน้ำโขง อาเซียน และ PATA ภายในปี ค.ศ. 2020 และขยายตัวแทนส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังน้อยใน 10 ประเทศ

- ปรับปรุงเว็บไซต์การท่องเที่ยวลาวและเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข้างต้น

- ร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียน กลุ่ม GMS และ PATA ในการสังเคราะห์ตลาดและโปรโมชันร่วมกัน

- ใช้สถานเอกอัครราชทูตลาวเป็นตัวแทนเพื่อขยายตัวแทนการท่องเที่ยวลาวในต่างประเทศ

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัด ASEAN TOURISM FORUM 2013 และปีการท่องเที่ยวลาวครั้งที่ 3 ในปี ค.ศ. 2017

- เพิ่มขีดความสามารถ มาตรฐาน และความพร้อมของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวในการจัดอีเวนต์ดังกล่าว

- พัฒนาแผน แผนปฏิบัติการ และงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอีเวนต์ดังกล่าว

- จัดอีเวนต์เพื่อเชื่อมโยงภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ภาคเอกชนต่างๆ เพื่อรับประกันความสำเร็จ

- เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดหาแหล่งทรัพยากรข้อมูล เอกสาร เครื่องมือ ที่เพียงพอต่อการเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

- ประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดและภาคเอกชนในการออกแบบสื่อการท่องเที่ยวที่ทันสมัย น่าสนใจ

- สืบหาข้อมูลที่ผิดพลาดหรืออาจจะตกหล่นเพื่อความถูกต้อง

- จัดทำแผนงบประมาณ และหาแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนการจัดบริการการท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอผ่านจอทัชสกรีนตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ

กรอบนโยบายที่จะนำไปปฏิบัติใช้ (Policy Framework)

- กระตุ้นและสนับสนุนการลงทุนโดยภาครัฐและภาคธุรกิจ

- เน้นย้ำความสำคัญของการปรับปรุงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีอยู่

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งความสะอาด สะดวก ปลอดภัย ได้มาตรฐาน มีคุณภาพของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเดิมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่
- ดึงดูดแหล่งทุนจากภายนอกและผู้บริจาคเพื่อช่วยเหลือการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ
- เปิดรับการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- ยกเว้นภาษี 5 ปี สำหรับการลงทุนในภาคการท่องเที่ยว
- เน้นย้ำถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ ได้
- สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อจัดความขัดแย้งและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของประชาชน
- สนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อความเข้มแข็งและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- มีระบบกลไกที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีกฎระเบียบ กติกาด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ชัดเจน
- สนับสนุนมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศให้ได้มาตรฐานของอาเซียน
- กระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับจังหวัดต่าง ๆ หรือประเทศในภูมิภาค
- ขยายความร่วมมือกับภายนอก หน่วยงานต่างชาติ ให้ลาวเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว
- ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของตน
- สนับสนุนหน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นในการจัดกิจกรรม เทศกาลวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- กระตุ้นการท่องเที่ยวลาวผ่านสื่อต่างๆ
- แผนกท่องเที่ยว วัฒนธรรม และแถลงข่าว จัดแคมเปญรณรงค์ส่งเสริมปีแห่งการท่องเที่ยวลาว
- ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว เพิ่มทักษะและขีดความสามารถ การจัดหลักสูตรฝึกอบรมทั้งระยะสั้นและระยะยาว

5.2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย (พ.ศ. 2555 - 2559)

จากภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาชาวต่างชาติ พบว่ามีภาพลักษณ์สี่สัณยาคำคืน (Night Life) อยู่ในอันดับที่ 9 ของโลก ด้านอาหาร (Food) เป็นอันดับที่ 10 ของโลก ด้านแหล่งช้อปปิ้ง (Shopping) เป็นอันดับที่ 11 ของโลก และแหล่งท่องเที่ยวชายหาด (Beach) อยู่ในอันดับที่ 10 ของโลก (อพท.นิวส์ สื่อการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปีที่ 5 ฉบับที่ 50 มิถุนายน 2557) คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้วิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวดังนี้

จุดแข็ง :

- รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ได้มีมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ และให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว โดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555 - 2559)
- ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทยเป็น จุดแข็งสำคัญของประเทศ
- การลงทุนภาคบริการของเอกชนไทยอยู่ในระดับสูง มีความหลากหลายในสินค้าและบริการท่องเที่ยว ซึ่งผลการประเมินของนักท่องเที่ยวต่างชาติเปรียบเทียบกับอาเซียน พบว่าประเทศไทยเป็นรองเพียงสิงคโปร์เท่านั้น
- มีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่พักแรม ร้านอาหาร คมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ระบบการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค
- ประเทศไทยมีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศมากกว่าประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ และได้รับรางวัลระดับนานาชาติ ทั้งในด้านเมืองน่าเที่ยวและบริการของโรงแรมไทยหลายรางวัลติดต่อกันมานาน แบรนดประเทศไทยนับได้ว่าติดตลาดโลกแล้ว
- ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยเหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ ประเทศไทยตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของคาบสมุทรเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สถานที่ตั้งประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นประตูสู่ประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง คือ เมียนมาร์ จีน (มณฑล ยูนนานและกวางสี) ลาว กัมพูชา และเวียดนาม
- จุดดึงดูดที่เป็นเอกลักษณ์และนวัตกรรมด้านการบริการใหม่ ๆ เช่น มวยไทย สปา การให้บริการด้านสุขภาพ ความงาม อีกทั้งยังมีภูมิปัญญาดั้งเดิมซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจได้

จุดอ่อน :

- ประเทศไทยยังมีปัญหาในเรื่องระบบโลจิสติกส์ โครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างเมืองท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง

- ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การขายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายไปนั้น ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมเกิดมลพิษทางน้ำ ความแออัดของการจราจรทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีปัญหาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

- โครงสร้างการบริหารจัดการของรัฐเป็นจุดอ่อนสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวไทย กลไกของรัฐเพื่อจัดการท่องเที่ยวยังอ่อนแอ ขาดเอกภาพ รวมถึงกฎระเบียบของรัฐที่ตามไม่ทันการพัฒนาในภาคเอกชน ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- มีภาพลักษณ์ด้านลบเรื่องความปลอดภัย การอัดเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ โสเภณี การค้ามนุษย์ และโรคเอดส์

- การลงทุนด้านบุคลากรของไทยถือว่าตามไม่ทันการขายตัวของการท่องเที่ยว บุคลากรจำนวนมากยังไม่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจภาษาต่างประเทศและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ภาษารัสเซีย เยอรมัน สวีเดน จีน และภาษาในกลุ่มประเทศอาหรับ

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานทุกระดับ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประโยชน์กับทุนภายนอกมากกว่าชุมชนในท้องถิ่น

- การทำธุรกรรมผ่าน E-Commerce ยังไม่แพร่หลายมากเท่ากับยุโรป อเมริกา หรือประเทศเอเชีย เช่น เกาหลี และสิงคโปร์ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความทัดเทียมกับคู่แข่งทั่วโลก

- แหล่งท่องเที่ยวไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ ขาดการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ไม่มีการกระจายและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง

- อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ขาดการรวมกลุ่ม และมีข้อจำกัดด้านการเงินและการลงทุน

โอกาส :

- แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก การเติบโตของกลุ่มประเทศ BRICS (บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้) ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น มีกำลังซื้อมากขึ้น และเงินกำลังเป็นตลาดส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก

- การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือก การขายตัวของการตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะทาง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health

Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มขยายตัว และประเทศไทยก็มีความพร้อมจึงเป็นโอกาสให้ประเทศไทยสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อรองรับแนวทางการท่องเที่ยวเฉพาะทางในอนาคต

- นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบพำนักรักชาน และต้องการท่องเที่ยวในแหล่งที่มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ

- การเปิดเส้นทางเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาค GMS IMT-GT ACMECS และ BIMSTEC เป็นต้น ทำให้เมืองท่องเที่ยวรองในเส้นทางดังกล่าวมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เกิดความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมากขึ้น

- การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ และแนวโน้มนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาระ และสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้า และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

- การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธมิตรต่างๆ ทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน กล่าวคือ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธมิตรต่างๆ ที่ประเทศไทยได้จัดทำขึ้นกับประเทศต่างๆ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า และบริการ รวมทั้งคนมีความคล่องตัวมากขึ้น

- ความร่วมมือระหว่างประเทศระหว่างประเทศในการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค การแก้ปัญหา สภาวะโลกร้อน และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ เป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งจะใช้ประโยชน์จากวิกฤติดังกล่าวในการสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว

อุปสรรค :

- การแข่งขันและแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น มีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องคนของตนให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

- ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง

- การก่อการร้ายระหว่างประเทศ ที่ยังคงมีปัญหายอยู่ในหลายภูมิภาคของโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวกับเหตุการณ์ต่างๆ ค่อนข้างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากเอเชีย

- ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รวมถึงภัยจากโรคระบาดส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
- การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ เดิมประเทศไทยมีความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางการบินในเครือข่ายระหว่างยุโรป และเอเชียแปซิฟิก แต่ปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในเรื่องของความพร้อมของท่าอากาศยาน ระบบการตรวจคนเข้าเมือง เส้นทางการบินที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักและเมืองรองทำให้ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยลดลง
- การแข่งขันระหว่างบุคลากรในอาเซียน การรับรองมาตรฐานอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยวในกรอบความร่วมมือของอาเซียน การเปิดเสรีตลาดแรงงาน อาจจะสร้างการแข่งขันใหม่ในระดับบุคลากร ซึ่งไทยอาจจะไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุด เนื่องจากทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรไทยค่อนข้างต่ำ แม้เมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

วิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ : “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และการกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความ เป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

เป้าประสงค์

- อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย ทั้งในด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ธรรมชาติ และวัฒนธรรม

- รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

- กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

พันธกิจ :

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล

- พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคมและวิถีชีวิตของชุมชน

- เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

- สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

- บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ : เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. หลักการประชาคมอาเซียน

ประชาคมอาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) ได้ก่อตั้งขึ้นจากปฏิญญากรุงเทพ ที่วังสราญรมย์ (อดีตที่ทำการกระทรวงการต่างประเทศ) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 โดยมีประเทศสมาชิกร่วมก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และสิงคโปร์ ต่อมาประเทศสมาชิกเข้าร่วมเพิ่มเติมอีก 5 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา รวมประเทศสมาชิกในปัจจุบันทั้งสิ้น 10 ประเทศ ในการนี้จากการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 9 ที่บาหลี ประเทศอินโดนีเซีย เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ผู้นำอาเซียนได้ลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือให้มีการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2563 ต่อมาในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนครั้งที่ 12 เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2550 ณ เมืองเซบู ประเทศฟิลิปปินส์ ได้มีการประกาศเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมอาเซียนให้แล้วเสร็จเร็วขึ้นภายในปี พ.ศ. 2558 ตามวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อดำรงความมั่นคงของประเทศสมาชิกด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยเน้นการให้ความร่วมมือ

ระหว่างประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าเป็นการเพิ่มระดับความสัมพันธ์ของประเทศแห่งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่รวมกันอย่างไม่เป็นทางการ มีเพียงหลักการ หรือเป็นงานเฉพาะตามประเด็นที่เกิดขึ้นจากการประชุมสุดยอดอาเซียนแต่ละครั้ง อีกทั้งยังเป็นการทำงานระหว่างรัฐบาลกับรัฐบาล หรือระหว่างข้าราชการของแต่ละประเทศ การมีส่วนร่วมของประชาชนมีน้อยมาก ทว่าในปี พ.ศ. 2558 การเปิดประชาคมอาเซียนจะเพิ่มความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด สนับสนุน มีตัวบทกฎหมาย มีความเป็นทางการมากขึ้น ที่สำคัญคือประชาชนในแต่ละประเทศเป็นรากฐานสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียน ซึ่งประชาชนจะมีการติดต่อระหว่างกันมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้เวทีอาเซียนเป็นเวทีแสดงออกซึ่งความต้องการ และความร่วมมือระหว่างกันได้มากขึ้น จึงสรุปได้ว่า การรวมเป็น “ประชาคม” จะเป็นการเชื่อมโยง “ประชาชน” ให้มีความใกล้ชิดกันและมีเป้าหมายร่วมกัน ภายใต้ 3 เสาหลัก คือ (1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political and Security Community-APSC) มุ่งให้เป็นประชาคมที่มีกฎเกณฑ์ มีค่านิยมร่วมกันด้านประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน การแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งโดยสันติวิธีและเป็นภูมิภาคที่มีความรับผิดชอบร่วมกันสำหรับความมั่นคงทั้งระบบ (2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC) ที่จะรวมกันเป็นตลาดและเป็นฐานการผลิตเดียวกัน เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง ทัวถึง และเป็นธรรม และ (3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Socio-Cultural Community : ASCC) ที่เน้นความสัมพันธ์ของประชาชนที่เป็นรากฐานของประชาคมอาเซียน โดยมีกฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) เป็นกรอบพื้นฐานทางกฎหมายรองรับเสมือนธรรมนูญอาเซียนที่มีข้อบทต่างๆ 13 บท 55 ข้อ และมีคำขวัญคือ “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งเอกลักษณ์ หนึ่งประชาคม” (One Vision, One Identity, One Community) (ไชยวัฒน์ คำชู และณัชชาภัทร อุ่นตรงจิตร, 2555)

6.1 เป้าหมายของประชาคมอาเซียน

ไชยวัฒน์ คำชู และณัชชาภัทร อุ่นตรงจิตร (อ้างแล้ว) ได้กล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวกับเป้าหมายของประชาคมอาเซียนไว้ว่าประชาคมอาเซียนประกอบไปด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ เสาหลักการเมืองและความมั่นคง เสาหลักทางเศรษฐกิจ และเสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละเสาหลักจะมีแผนการจัดตั้ง (Blueprint) ของตนเอง สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1) แผนการจัดตั้งประชาคมด้านการเมืองและความมั่นคงอาเซียนนั้นมีเป้าหมายที่จะสร้างอาเซียนให้เป็นประชาคมที่มีกฎเกณฑ์ มีค่านิยมร่วมกันด้านประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน การแก้ปัญหาข้อขัดแย้งโดยสันติวิธีและเป็นภูมิภาคที่มีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งระบบครอบคลุมรอบด้าน เช่น โรคระบาด ภัยพิบัติธรรมชาติ เป็นภูมิภาคที่มีการเคลื่อนไหว มองออกไปข้างนอก เพื่อการอยู่ร่วมกับโลกได้อย่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ประกอบด้วยคุณลักษณะดังต่อไปนี้

(1) เป็นชุมชนที่มีกฎระเบียบร่วมกัน มีค่านิยมและบรรทัดฐานเดียวกัน โดยเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาธิปไตย ส่งเสริมธรรมาภิบาลหลักสันติธรรม การสนับสนุนและปกป้องสิทธิมนุษยชน และเสรีภาพขั้นพื้นฐาน เป็นต้น โดยจะกระทำโดยผ่านความร่วมมือในการพัฒนาการเมือง เพิ่มความร่วมมือขององค์กรต่าง ๆ ในประเทศสมาชิกอาเซียน เช่น มหาวิทยาลัย กลุ่มนักคิดผู้มีอิทธิพลต่อสังคม องค์กรพลเมืองต่างๆ ให้มีบทบาทเข้ามาติดต่อสื่อสารและทำความรู้จักกันมากขึ้น โดยเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความรู้ความเข้าใจประวัติศาสตร์ และระบบการเมืองของประเทศต่างๆ เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกันของประชาชนในอาเซียน

(2) ภูมิภาคที่ยืดหยุ่น มีเสถียรภาพ มีสันติ และเป็นอันหนึ่งอันเดียว และมีความรับผิดชอบร่วมกันในความมั่นคงทั้งระบบซึ่งมีความสำคัญต่อการปรับตัวของภูมิภาคและประเทศสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม ประเทศสมาชิกอาเซียนยังร่วมมือกันสร้างกลไกในการป้องกันความขัดแย้ง การสร้างความไว้วางใจกัน การทูตเชิงป้องกัน และการสร้างสันติภาพภายหลังความขัดแย้ง

(3) ภูมิภาคที่มีความเคลื่อนไหว และมองออกไปข้างนอก มีความสัมพันธ์อย่างสนิทแนบแน่นและพึ่งพาอาศัยกันกับโลกภายนอก คือ มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับมิตรประเทศทั่วโลกอย่างไม่แบ่งฝักฝ่าย และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการสร้างสันติภาพทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาค นอกจากนี้ อาเซียนยังเสนอให้มีการแก้ไขความขัดแย้งต่างๆ ด้วยสันติวิธีตามแนวทางของสหประชาชาติอีกด้วย

2) แผนการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นมีความมุ่งหมายที่จะสร้างอาเซียนให้เป็นตลาดเดียว และเป็นฐานการผลิตเดียวกัน ให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง ทัวถึง และเป็นธรรมและเป็นภูมิภาคเปิดที่รวมตัวกับระบบเศรษฐกิจโลก โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการดังนี้

(1) เป็นตลาดฐานการผลิตเดียว

(1.1) การเปิดเสรีด้านสินค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำไปสู่การใช้ระเบียบการค้าในประเทศสมาชิกทั้งหมดเป็นอย่างเดียวกัน ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ ราคา อัตราภาษี รวมถึงกฎระเบียบในการซื้อขาย การขจัดมาตรการและการกีดกันต่างๆ เป็นต้น

(1.2) การเคลื่อนย้ายบริการอย่างเสรี ตามกรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการของอาเซียน มีหลักการสำคัญคือ ประเทศสมาชิกอาเซียนจะต้องเปิดเสรีอย่างก้าวหน้าเป็นลำดับตามรอบการเจรจา โดยสมาชิกอาเซียนมีสิทธิในการใช้กฎระเบียบในประเทศเพื่อดูแลธุรกิจบริการภายในประเทศของตนเองได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อเปิดเสรีด้านการบริการ ลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดด้านต่างๆ และเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นให้กับบุคคล/นิติบุคคลที่มีสัญชาติอาเซียน เป็นต้น

(1.3) การเปิดเสรีด้านการลงทุน ตามกรอบความตกลงด้านการลงทุนอาเซียน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มหรือรักษาระดับความสามารถในการดึงดูดการลงทุนของประเทศสมาชิกอาเซียน และเพิ่มศักยภาพในการลงทุนของอาเซียนเอง

(1.4) ผ่อนคลายมาตรการด้านเงินทุนเคลื่อนย้ายมากขึ้น มีเป้าหมายเพื่อการลดหรือยกเลิกระเบียบมาตรการเป็นอุปสรรคของการเคลื่อนย้ายเงินทุน ตามความพร้อมของประเทศต่าง ๆ โดยตั้งกรอบกว้าง ๆ เพื่อวางเป้าหมายในการเชื่อมโยงตลาดทุน การเข้าถึงตลาดทุน และรวมถึงสภาพคล่องในตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาตลาดการเงินของภูมิภาคและแผนการเชื่อมโยงการลงทุนของอาเซียน

(1.5) การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการเปิดเสรีด้านการค้าและการบริการ ตลอดจนการเปิดเสรีด้านการลงทุน และเป็นเป้าหมายของความผูกพันอย่างใกล้ชิดทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียนอีกด้วย สำหรับแรงงานฝีมือที่จะได้รับการอำนวยความสะดวกในการประกอบอาชีพในอาเซียนได้อย่างเสรีมี 8 วิชาชีพ ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ นักบัญชี วิศวกร พยาบาล สถาปนิก นักสำรวจ และบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในอาเซียนเพื่อให้นักศึกษาและพนักงานและอาจารย์ สามารถเดินทางแลกเปลี่ยนระหว่างมหาวิทยาลัยได้อย่างสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น

(2) มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง

(2.1) นโยบายด้านการแข่งขัน อาเซียนได้จัดทำแนวทางเกี่ยวกับนโยบายการแข่งขัน เพื่อกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการออกกฎหมายด้านการแข่งขัน เพื่อให้ประเทศที่ยังไม่มีหรือมีนโยบายหรือออกกฎหมายดังกล่าวนี้อยู่แล้วสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสม

(2.2) การคุ้มครองผู้บริโภค อาเซียนได้จัดตั้งคณะกรรมการประสานงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และได้วางแผนที่จะจัดตั้งกลไกการคุ้มครองและเยียวยาผู้บริโภคในอาเซียน การจัดทำเว็บไซต์เพื่อรับการร้องเรียน รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในอาเซียน

(2.3) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา อาเซียนได้ริเริ่มการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรและกรอบกฎหมาย เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งริเริ่มโครงการความร่วมมือด้านสิทธิบัตรในภูมิภาคเป็นครั้งแรก

(2.4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อาเซียนได้ลงนามความตกลงด้านโลจิสติกส์สำคัญ 3 ฉบับ ได้แก่ ความตกลงว่าด้วยการบริการขนส่งทางอากาศ ความตกลงว่าด้วยการเปิดเสรีบริการขนส่งสินค้าทางอากาศ และกรอบความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกการขนส่งข้ามแดน

(2.5) เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร (ICT) อาเซียนได้จัดทำแผนแม่บทความร่วมมือด้าน ICT ในอาเซียน พ.ศ. 2554 – 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในสาขา ICT เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาด้าน ICT ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ในอาเซียน

(2.6) พลังงาน อาเซียนได้ลงนามและให้สัตยาบันบันทึกความเข้าใจร่วมกันว่าด้วย ASEAN Power Grid เพื่อส่งเสริมความมั่นคงด้านพลังงานร่วมกันในภูมิภาค และได้ให้การรองรับความตกลงว่าด้วยความมั่นคงด้านปิโตรเลียม ซึ่งจะส่งเสริมความสามารถการตอบสนองทั้งของแต่ละประเทศและร่วมกันต่อภาวะการณ์ฉุกเฉินด้านพลังงานและลดผลกระทบจากภาวะการณ์ดังกล่าว

(3) มีการพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน ประกอบด้วย

(3.1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการขยายตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3.2) ความร่วมมือและการให้ความช่วยเหลือเพื่อลดช่องว่างการพัฒนา โดยคำนึงถึงความต้องการของประเทศสมาชิกใหม่ (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม)

(4) บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์ โดยการจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) และความตกลงการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจกับประเทศคู่เจรจา ดังนี้

- อาเซียน – จีน ความตกลงการค้าสินค้า มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2549 ด้านการบริการ ในปี 2550 โดยบรรลุเป้าหมายการเปิดเสรีการค้าสินค้า เมื่อ 1 มกราคม 2553 และลงนามความตกลงด้านการลงทุนเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2552

- อาเซียน – เกาหลีใต้ ความตกลงการค้าและบริการ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 (ยกเว้นไทยซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2552 และ 1 มิถุนายน 2552 ตามลำดับ) ความตกลงด้านการลงทุน ลงนามเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2552 มีผลบังคับใช้เมื่อ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2552

- อาเซียน – ญี่ปุ่น กรอบความตกลงการค้าสินค้า บริการและการลงทุน ลงนามเมื่อ พ.ศ. 2551 สำหรับไทย มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2552

- อาเซียน – อินเดีย ความตกลงการค้าสินค้า ลงนามเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2552 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 และอยู่ระหว่างการเจรจาความตกลงการค้าบริการและการลงทุน

- อาเซียน – ออสเตรเลีย – นิวซีแลนด์ กรอบความตกลงการค้า
สินค้า บริการ และการลงทุน ลงนามเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 มีผลบังคับใช้เมื่อ 1 มกราคม
พ.ศ. 2553

นอกจากนี้ อาเซียนยังมีความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศและกลุ่ม
เศรษฐกิจภูมิภาคอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา สหภาพยุโรป เป็นต้น

3) แผนการจัดตั้งประชาคมสังคมวัฒนธรรมอาเซียนนั้นมีเป้าหมายที่จะแสดงออกถึง
มุมมองด้านความร่วมมือของบุคคลในอาเซียนเพื่อให้ประชาชนในอาเซียนมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น
เพื่อการสร้างประชาคมอาเซียนที่มีฐานอยู่ที่ความสัมพันธ์ของ “ประชาชน” เป็นศูนย์กลาง มีความกิน
ดีอยู่ดี ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ มีสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งมีกิจกรรมความร่วมมือที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง
เน้นความร่วมมือในด้านต่างๆ ได้แก่

(1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษา การลงทุน
ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมการจ้างงานที่เหมาะสม เสริมสร้างทักษะในการประกอบอาชีพ
สำหรับสตรี เยาวชน ผู้สูงอายุ คนพิการ การพัฒนาสมรรถภาพของระบบราชการ เป็นต้น

(2) การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม โดยเน้นขจัดความยากจน การสร้าง
เครือข่ายความปลอดภัยทางสังคม และความคุ้มครองกันจากผลกระทบทางลบจากการรวมตัวอาเซียนและ
โลกาภิวัตน์ การรับประกันอาเซียนที่ปลอดภัยเสถียร และการสร้างรัฐที่พร้อมรับกับภัยพิบัติและ
ประชาคมที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น เป็นต้น

(3) สิทธิและความยุติธรรมทางสังคม การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิและ
สวัสดิการสำหรับสตรี เยาวชน และผู้พิการ การคุ้มครองและส่งเสริมแรงงานโยกย้ายถิ่น และส่งเสริม
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

(4) ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ประชาคมอาเซียนเน้นการจัดการปัญหา
สิ่งแวดล้อมของโลก การจัดการและการป้องกันปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมข้ามชายแดน การมีส่วนร่วม
ของประชาชน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรชายฝั่งและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน เป็นต้น

(5) การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน โดยการส่งเสริมการตระหนักรู้เกี่ยวกับ
อาเซียน และความรู้สึกร่วมของการเป็นประชาคม การส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของ
อาเซียน ส่งเสริมการสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมอุตสาหกรรม การมีส่วนร่วมกับชุมชน

(6) การลดช่องว่างทางการพัฒนา และเน้นให้มีการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์
ระหว่างนักเขียน นักคิดและศิลปินในภูมิภาค ตลอดจนการเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียน
ในภูมิภาคโดยเฉพาะระดับประชาชน ทั้งนี้ ไทยจะได้ประโยชน์อย่างมากจากการวางรากฐานที่สำคัญ
ของประชาคมอาเซียนที่มีประชาชนมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเข้าใจผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน ซึ่ง
จะมีส่วนช่วยให้การสร้างประชาคมอาเซียนสามารถประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

6.2 การเชื่อมโยงประชาคมอาเซียน

ไชยวัฒน์ คำชู และณัชชาภัทร อุ่นตรงจิตร (อ้างแล้ว) ยังได้การถึงการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น นอกจากจะมีการแบ่งออกเป็นเสาหลักทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยยังได้เสนอให้อาเซียนและประเทศสมาชิกได้สร้าง **ความเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Connectivity)** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่นในประชาคมอาเซียน เป็นการส่งเสริมความสามัคคีในการแข่งขันในเวทีโลก และยังเป็นการทำให้ผลประโยชน์จากการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนได้อยู่กับภาคประชาชนอย่างแท้จริงสมกับคำว่า **“ประชาคม”** ซึ่งเครือข่ายความเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนนี้ นอกจากจะสอดคล้องกับพิมพ์เขียวทั้ง 3 เสาหลัก โดยเฉพาะพิมพ์เขียวด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว เครือข่ายความเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนยังเป็นหลักการที่เชื่อมโยงโครงสร้างทางกายภาพ รูปแบบทางกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกัน และยิ่งส่งผลให้ประชาชนอันเป็นหน่วยย่อยที่สุดในประชาคมอาเซียนมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากขึ้นด้วย ซึ่งการเตรียมความพร้อมประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงดังนี้

1) การคมนาคมขนส่ง ประกอบด้วย

1.1) ถนนและทางรถไฟ ในปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงทางด่วนอาเซียน และเส้นทางรถไฟสายสิงคโปร์ - कुนหมิง ซึ่งแม้จะมีปัญหาถนนขาด หรือเส้นทางบางส่วนไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ทางด่วนอาเซียนจึงได้ถูกเร่งรัดให้สร้างให้แล้วเสร็จภายในพ.ศ. 2558 ในขณะที่เส้นทางรถไฟสายสิงคโปร์-คุนหมิง อาจเลื่อนไปได้ถึง พ.ศ.2563 ซึ่งเมื่อทางทั้งสองได้เชื่อมโยงกันแล้วสำเร็จอาเซียนจะมีเส้นทางทางบกที่สมบูรณ์ในการเชื่อมโยงอาเซียนและจีน ตลอดจนจนถึงอินเดียเข้าด้วยกันทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นเส้นทางทางบกที่มีความสำคัญมากที่สุดเส้นทางหนึ่งในเอเชีย

1.2) เส้นทางเดินเรือ ในการนี้อาเซียนมีท่าเรือที่สำคัญทั้งหมด 47 แห่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นท่าเรือนานาชาติ ท่าเรือเหล่านี้ไม่ได้ถูกเชื่อมโยงให้เป็นเครือข่ายเดียวกัน จากการสำรวจของ UNCTAD มีเพียงประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียเท่านั้นที่มีการเชื่อมโยงทางเรือระหว่างประเทศที่มีมาตรฐานในขณะที่ประเทศสมาชิกอื่นๆ ยังต้องอาศัยการปรับปรุงและพัฒนาอีกมาก เพื่อที่จะสามารถสร้างท่าเรือที่มีมาตรฐานเชื่อมกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเข้าด้วยกันทั้งหมด นอกจากนี้การเดินทางตามเส้นทางแม่น้ำ อาเซียนโดยเฉพาะในเขตภาคพื้นทวีปคือ เมียนมาร์ ไทย เวียดนาม ลาว กัมพูชา ถึงแม้ว่าจะมีเครือข่ายของแม่น้ำที่ติดต่อกัน เช่น แม่น้ำโขง แม่น้ำสาละวิน ซึ่งเปรียบได้กับแม่น้ำนานาชาติ แต่ปัจจุบันเส้นทางเดินเรือในแม่น้ำเหล่านี้ยังมีปัญหา เช่น ปัญหาความตื้นเขิน และการมีเกาะแก่ง หรือปัญหาท่าเรือที่ใช้การไม่ได้หรือไม่สมบูรณ์ ซึ่งยังจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข

2) การโทรคมนาคม การพัฒนาระบบ ICT และการติดต่อสื่อสาร จากการสำรวจความเชื่อมโยงไร้สายและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประเทศสมาชิกอาเซียนพบว่า 7 ใน

10 ประเทศมีการใช้เครือข่ายไร้สายในการสื่อสารมากกว่าร้อยละ 80 และประชาชนมากกว่าหนึ่งคนมีโทรศัพท์ไร้สายมากกว่าหนึ่งเครื่อง ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศต่างๆ ในอาเซียนค่อนข้างหลากหลาย ในขณะที่พื้นที่ที่กว่าร้อยละ 50 ของสิงคโปร์และมาเลเซียมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่ประเทศบางประเทศ เช่น ลาว และ กัมพูชา ยังมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าร้อยละ 2 เสียอีก ช่องว่างที่แตกต่างกันนี้แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ของอาเซียนยังไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ อาเซียนยังมีประเด็นเรื่องความแตกต่างระหว่างการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของ “เจ้าหน้าที่” และ “วัยรุ่น” เช่น ในประเทศอินโดนีเซียพบว่า เป็นประเทศหนึ่งในห้าของเอเชียที่เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ก ในขณะที่คนระดับเจ้าหน้าที่หรือพนักงานบางคนยังไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในที่ทำงานได้ ข้อมูลเทคโนโลยีและการสื่อสารในเครือข่ายความเชื่อมโยงอาเซียนจึงได้เน้นที่การพัฒนาโครงการพื้นฐานและการลดช่องว่างทางเทคโนโลยี

3) โครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงาน ในเครือข่ายความเชื่อมโยงของประชาคมอาเซียน นั้น ได้มีการระบุโครงการพื้นฐานด้านพลังงานไว้สอง 2 โครงการได้แก่ The ASEAN Power Grid (APG) และ The Trans-ASEAN Gas Pipeline (TAGP) โดย APG เป็นโครงการที่เริ่มต้นตั้งแต่ พ.ศ. 2540 โดยผู้นำอาเซียน เพื่อที่จะสนับสนุนประเทศสมาชิกให้มีปริมาณไฟฟ้าเพียงพอต่อการพัฒนาประเทศและมีการบริการด้านไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ปัญหาที่ทำให้เกิดความท้าทายต่อการปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานได้แก่ นโยบายดั้งเดิมของรัฐที่ให้รัฐเป็นผู้จัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานได้แก่ ประเทศบรูไน ลาว และเมียนมาร์ ในขณะที่บางประเทศใช้บริษัทเอกชนเป็นผู้บริหารจัดการ (เช่น สิงคโปร์และฟิลิปปินส์) นอกจากนี้ราคาค่าไฟในแต่ละประเทศยังค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น ลาวมีค่าไฟสูงกว่ากัมพูชาถึง 3 เท่า ซึ่งอัตราค่าไฟที่ต่างกันนี้มีสาเหตุมาจากต้นทุนการผลิตไฟฟ้าที่มีต้นทุนต่างกัน รวมทั้งแหล่งเงินทุนที่ได้นำมาสร้างเครื่องกำเนิดไฟฟ้าด้วย ในส่วนของ TAGP นั้น มีเป้าหมายที่จะพัฒนาโครงข่ายก๊าซธรรมชาติในภูมิภาคภายในปี ค.ศ. 2063 โดยเชื่อมต่อท่อก๊าซข้ามเขตแดนได้ ซึ่งคาดหมายว่า TAGP น่าจะเป็นเรื่องที่เจรจาง่าย เพราะเป็นการตกลงกันระหว่างสองภาคีมากกว่าหลายภาคีประเทศ อย่างเช่น อินโดนีเซียและมาเลเซียกำลังสนใจประเด็นนี้มาก เนื่องจากกำลังค้นพบแหล่งก๊าซธรรมชาติเพิ่มขึ้นประเทศ

4) แนวทางการผลักดันการเชื่อมโยงด้านต่างๆ ในอาเซียน ในการที่จะผลักดันความเชื่อมโยงอาเซียนให้สำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างประชาคมอาเซียนให้มีความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันด้วยนั้น จะมีองค์กรส่วนกลางที่ชื่อว่า “คณะกรรมการร่วมมือเพื่อความร่วมมือ” (Connectivity Coordinating Committee : CCC) เพื่อที่จะทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้แทนระดับชาติในการทำให้ความเชื่อมโยงอาเซียนต่างๆ สามารถดำเนินการได้ภายใต้ระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังพยายามดึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอาเซียน ผ่านการ

ติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น ภาคเอกชน หรือการรวมกลุ่มอนุภูมิภาค เช่น อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS), เขตความเจริญทางเศรษฐกิจตะวันออก หรือ East ASEAN Growth Area (บรูไน, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) และโครงการพัฒนาต่างๆ เช่น ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank : ADB) เป็นต้น

5) ประเทศไทยกับการบูรณาการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน ในการที่จะทำให้ประเทศไทยพร้อมที่จะบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียนได้สำเร็จใน พ.ศ. 2558 นั้น จะต้องพิจารณาปัญหาของการเชื่อมโยงในอาเซียนได้แก่ ความแตกต่างหลากหลายในด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในอาเซียน ทำให้การเชื่อมโยงกันให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันค่อนข้างลำบาก รัฐบาลจะต้องศึกษาว่า ประเทศไทยมีเครือข่ายโครงสร้างอะไรที่แตกต่างจากเครือข่ายโครงสร้างของประเทศในอาเซียน เช่น โครงสร้างถนน ท่าเรือ ทางรถไฟ หรือแม้แต่กฎระเบียบต่างๆ ที่ยังไม่ได้มาตรฐานอาเซียน นอกจากนี้เครือข่ายความเชื่อมโยงอาเซียนมุ่งเน้นแต่การเชื่อมโยง “ระหว่างประเทศสมาชิก” แต่ภายในประเทศสมาชิกล้วนๆ ยังไม่ได้มีรายละเอียดครบถ้วน ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลไทยจะต้องระบุดึงการวางเครือข่ายโทรคมนาคม การสื่อสาร การคมนาคมขนส่งต่างๆ ที่เชื่อมโยงทั้งภูมิภาคในประเทศไทยด้วยไม่ใช่เฉพาะที่เมืองหน้าด่านชายแดน ซึ่งประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ได้แก่ ลาว เมียนมาร์ กัมพูชา และมาเลเซีย มีเขตแดนร่วมกันยาวประมาณ 5,640 กิโลเมตร และมีจังหวัดชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 30 จังหวัด แต่ในปัจจุบันช่องทางตามกฎหมายศุลกากรซึ่งแบ่งออกเป็น จุดผ่านแดนชั่วคราว จุดผ่านแดนถาวร และจุดผ่อนปรนทางการค้ายังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานเดียวกัน และแม้แต่จุดผ่านแดนส่วนใหญ่ก็ยังไม่มีการพัฒนาให้มีความเป็นสากลแบบ One Stop Service (คือมีหน่วยงานหลักด้านศุลกากรตรวจคนเข้าเมือง และกักกันพืชสัตว์อยู่ในสถานที่เดียวกัน) นอกจากนี้ในการบริหารจัดการพื้นที่ชายแดนนั้น พบว่าปัจจุบันมีหน่วยงานรับผิดชอบหลายหน่วยงาน โดยมีสภาความมั่นคงแห่งชาติเป็นหน่วยงานหลัก ซึ่งในอดีตหลักการในการเปิดแดนและการบริหารจุดผ่านแดนจะอาศัยหลักการความมั่นคงของชาติเป็นหลัก แต่การเปิดเสรีอาเซียนนั้นจะทำให้หลักการในการเปิดแดนและการบริหารจุดผ่านแดนจะต้องอาศัยความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการบูรณาการเรื่องนี้เข้ากับหน่วยงานอื่น อย่างไรก็ตาม การเชิญภาคส่วนต่างๆ ให้มาเป็นภาคีร่วมกันเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเป็นเรื่องยาก หากการเมืองในประเทศยังมีความโปร่งใสไม่มากพอ เพราะจะเป็นอุปสรรคในการผลักดันสนับสนุนโดยเฉพาะกับเอกชนให้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาความเชื่อมโยงอาเซียน รัฐบาล องค์กรของรัฐ และเจ้าหน้าที่รัฐในทุกกระดับ รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมีบทบาทที่เหมาะสมในการผลักดันภาคเอกชน ประชาชน และองค์กรพัฒนาเอกชน ในการเป็นตัวแสดงหลักในการพัฒนาประเทศไทยเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งหากประเทศไทยได้มีการเตรียมตัวพร้อมที่จะก้าวสู่ประชาคมอาเซียนจะพบว่าอุปสรรคต่างๆ ทางการค้าจะลดลง ต้นทุนการซื้อขายสินค้าจะลด

ต่ำลงมาก การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการในอาเซียนจะทำได้คล่องแคล่วและคาดเดาได้ และในที่สุดจะทำให้เกิดผลกำไรมากขึ้น นอกจากนี้ปัญหาต่างๆ ที่เคยอยู่ตามชายแดน หรือเป็นปัญหาที่ยากที่รัฐบาลจะจัดการแก้ไข เช่น ปัญหายาเสพติด การค้ามนุษย์ ผู้ก่อการร้าย ธรรมชาติ การไม่มีส่วนร่วมของประชาชน จะสามารถจัดการได้ง่ายขึ้น โดยขึ้นอยู่กับมาตรฐานที่รัฐบาลมีหลักการบริหารงานที่มีธรรมชาติ มีการบังคับใช้กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาคประชาชนและท้องถิ่นจริงๆ

6.3 การปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาคมอาเซียน

ไชยวัฒน์ คำชู และณัชชาภัทร อุ่นตรงจิตร (อ้างแล้ว) กล่าวถึงการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเอาไว้ว่า สิ่งที่จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอนต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนคือ รูปแบบการดำรงชีพในท้องถิ่นจะเปลี่ยนแปลงไป การคมนาคมขนส่งจะช่วยให้เชื่อมโยงประชาชนในท้องถิ่นอาเซียน ภูมิภาค และโลก ให้เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อาทิ ท้องถิ่นที่เคยอยู่ชายแดนอาจได้รับการยกระดับเป็นหัวเมืองการค้าแนวหน้า ซึ่งจะมีการไหลเข้าออกและการหมุนเวียนของเงินตราต่างประเทศมากมาย ด้วยเหตุนี้ รูปแบบการบริหารจัดการท้องถิ่นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างแน่นอน อำนาจการตัดสินใจที่เคยเป็นของรัฐบาลตามแนวทางการบริหารการกระจายอำนาจอาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงไป รัฐบาลต้องแบ่งปันการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับประเด็นระหว่างประเทศมาให้กับท้องถิ่นมากขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นท้องถิ่นจะต้องกระตือรือร้นและฝ่ายภาครัฐจะต้องปรับตัวเพื่อสร้างโอกาสให้กับท้องถิ่นได้มีโอกาสปรับวิถีการดำรงชีพเป็นแบบสังคมใหม่ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ประเด็นสำคัญที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องตระหนักคือการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนไม่ได้มุ่งเพียงการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและสร้างความมั่นคงร่วมกันของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการเชื่อมโยง “ประชาชน” ซึ่งเป็นศูนย์กลางของประชาคมอาเซียนเข้าด้วยกัน โดยมีคำถามที่สำคัญคือ ท้องถิ่นจะรู้ว่าตนเองมีข้อเด่นข้อด้อยอะไร มีประตูอะไรที่เปิดอยู่ และมีความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปหยิบฉวยโอกาสนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ดังนั้นท้องถิ่นจะต้องมีอำนาจในการบริหารจัดการตนเองมากขึ้น ท้องถิ่นจะต้องมีเครื่องมือด้านนโยบายระดับภูมิภาคและท้องถิ่นที่ใช้ในการพัฒนาตนเอง ประกอบด้วยรูปแบบต่างๆ ในการสนับสนุนทางธุรกิจ การขยายการสื่อสารทั้งในรูปแบบ และความหลากหลายของภาษาต่างๆ ที่ท้องถิ่นนั้นๆ อยู่ใกล้เคียง รวมถึงนโยบายในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองในเรื่องการศึกษาระดับสูง เพื่อผลิตบัณฑิตและทรัพยากรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานโดยตรง นอกจากนี้การใช้ภาษีเพื่อกระจายความเจริญให้เท่าเทียมกันของการพัฒนาท้องถิ่นและการใช้ทรัพยากรเพื่อการพัฒนาจะต้องเป็นการตัดสินใจร่วมกันระหว่างส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น

ในประเด็นนี้ศุภสวัสดิ์ ชัชวาล (2555) ได้มีข้อเสนอเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและ
แนวทางการปรับตัวในระดับท้องถิ่นเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนไว้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแนวทางการปรับตัวในระดับภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลกระทบ	แนวทางการปรับตัว
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	จำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวของการลงทุนภายในท้องถิ่น เช่น การพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการผลิต เช่น ไฟฟ้า และประปา ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจจำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับส่วนราชการอื่นที่เกี่ยวข้อง
การพัฒนาส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ	จำเป็นต้องทบทวนถึงบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการดูแลและช่วยเหลือSMEs ภายใต้ท้องถิ่นรวมถึงวิสาหกิจชุมชน และอาจต้องทบทวนนโยบาย และบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการลงทุนภายในท้องถิ่น
การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีบทบาทมากขึ้นในการเฝ้าระวังการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - มีการกำหนดแผนและมาตรการป้องกันและบรรเทาวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อม - มีการซักซ้อมทำความเข้าใจในแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทบทวนขอบเขตอำนาจหน้าที่ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
สังคม และการพัฒนาคุณภาพชีวิต	- อาจมีปัญหาสืบเนื่องจากแรงงานอพยพ ทั้งในปัญหาความยากจนและโรคระบาด ซึ่งต้องมีแนวทางหรือนโยบายที่ชัดเจนเรื่องต่างๆ อาทิ การป้องกันโรคระบาด และการจัดการสาธารณสุขขั้นมูลฐาน การจัดการศึกษาให้กับลูกหลาน การบริหารจัดการเรื่องงานต่างชาติดีที่อพยพเข้ามาในประเทศไทย และการจัดสวัสดิการให้แก่แรงงานอพยพ
การรักษาความสงบเรียบร้อย	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจต้องมีบทบาทหน้าที่ในการเฝ้าระวังปัญหาด้านอาชญากรรมมากขึ้น - ในบางพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจจำเป็นต้องพัฒนาระบบและจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานอพยพร่วมกับราชการส่วนกลางเพื่อนำมาใช้ในยามจำเป็น - ในบางกรณี องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจต้องร่วมกับชุมชนในการกำหนดกติกาและหลักเกณฑ์ของชุมชนสำหรับแรงงานต่างชาติด
การจัดการด้านภาษาวัฒนธรรม และจารีตประเพณี	- อาจจำเป็นต้องจัดทำข้อมูลที่เป็นสำหรับแรงงานต่างชาติดเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาอาเซียนอื่นๆ - ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และทำความเข้าใจวัฒนธรรมเพื่อนบ้านในอาเซียน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชน

มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2549) ศึกษาเรื่องทัศนคติของคนในท้องถิ่นที่มีต่อผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย พบว่าการตระหนักถึงทัศนคติของคนในท้องถิ่นหรือการเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของคนในท้องถิ่นที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว นับว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งคนในท้องถิ่นจะสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง ก็ต่อเมื่อคนในท้องถิ่นคิดว่าตนเองได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากกว่าผลเสียที่จะเกิดขึ้น และผลกระทบทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการสนับสนุนและต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการรับรู้ผลกระทบของคนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มักจะรับรู้ถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจก่อนผลกระทบด้านอื่นๆ ซึ่งมักเป็นผลกระทบเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ เช่นโอกาสในการทำงาน รายได้ที่รับเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจแล้วการท่องเที่ยวยังได้ส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลงานการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในเชิงลบ เช่นก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม มลพิษ และมีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สอดรับกับงานวิจัยของ **รังสิต เภาแก้ว (2550)** ทำการศึกษาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่าจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง พบว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวมีทั้งผลดีและผลเสีย ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านเศรษฐกิจมีแต่ผลดี ซึ่งผลด้านสังคมอธิบายในส่วนผลดีได้ว่า สภาพความเป็นอยู่ของชนเผ่าดีขึ้นมีการสร้างบ้านเรือนขึ้นใหม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ผลเสียด้านสังคม คือความยากลำบากในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การขังสัตว์เพื่อความสะดวกในการเยี่ยมชมชนเผ่าของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ชนเผ่าบางกลุ่มเปลี่ยนอาชีพหรือวิถีชีวิตการเกษตรเพื่อไปขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวเพราะมีรายได้ ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดนิสัยเกียจคร้านในการทำงานด้านการเกษตร ส่วนผลดีด้านวัฒนธรรม คือ การอนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่า และโอกาสในการแลกเปลี่ยนและศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชนเผ่า ผลเสียด้านวัฒนธรรม คือ เกิดความขัดแย้ง แข่งขันกันเองในชนเผ่าและวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่าเปลี่ยนไป เช่น การนับถือผีบรรพบุรุษ เปลี่ยนเป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ส่งผลให้พิธีกรรมและความเชื่อบางอย่างสูญหาย การแต่งกายของชนเผ่าเปลี่ยนไป ภาษาชนเผ่ายังต้องใช้ในการสื่อสารกันเองในกลุ่ม แต่ต้องใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศบางภาษาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว จึงทำให้บางคำหรือบางกลุ่มคำในภาษาชนเผ่าสูญหายไป เปลี่ยนไปใช้ภาษาอื่นแทน ในส่วนผลดีด้านสิ่งแวดล้อม คือ ชนเผ่ามีการอนุรักษ์น้ำและป่าไม้เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ผลเสียด้านสิ่งแวดล้อม คือ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้า

ไปชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้วทิ้งขยะและไม่รักษาความสะอาด ทางด้านเศรษฐกิจซึ่งมีแต่ด้านผลดี พบว่า ชนเผ่ามีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว

บุษบา ลิทธิการ (2550) ศึกษาเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมเกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและด้านลบในพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ การเพิ่มรายได้ สร้างอาชีพ และการศึกษาเรียนรู้ของชาวบ้าน ส่วนด้านลบคือ การเปลี่ยนแปลงของศิลปวัฒนธรรม สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ พบว่ามีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนา การท่องเที่ยว และความร่วมมือระหว่างภาคีการท่องเที่ยวในพื้นที่ นอกจากนี้ ในปัจจุบันศักยภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ลดลงเนื่องจากความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ และข้อจำกัดของงบประมาณและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ต่อเนื่อง ส่วนในด้านการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ต้องปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลายและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจที่ควรต้องอนุรักษ์เอาไว้ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ประทับใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่แสดงออกโดยการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว เช่น การดักตวงผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวและความไม่จริงใจในการให้บริการ และผลของงานวิจัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นนั้นอาจเกิดขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ดังนั้นเพื่อป้องกันผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและโอกาสการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมในกลุ่มภาคีการท่องเที่ยว ส่วนงานวิจัยของ **วัชร นันตะยานา และคณะ (2550)** ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย โดยทำการศึกษา 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมจะสนับสนุนซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาควบคู่กันโดยมีการบริหารจัดการที่ดี ขณะเดียวกันภาครัฐมีนโยบายให้จังหวัดเชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน และอำเภอที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอเชียงแสน การท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ การท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรม ส่วนอุตสาหกรรมที่เหมาะสม คือ อุตสาหกรรมการเกษตร โดยผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมนั้น ทำให้ประชาชนมีอาชีพและรายได้

เพิ่มขึ้น ลดการออกนอกพื้นที่เพื่อหางานทำ จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจกลุ่มแม่น้ำโขง เหมาะแก่การค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของจังหวัดดีขึ้น นอกจากนี้นักวิจัยได้มีข้อเสนอแนะที่สำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรมจึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ พื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน นโยบายและแผนควรนำไปสู่การปฏิบัติ ได้จริง ควรเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากร ให้ชุมชนมีส่วนร่วม รับรู้ผลกระทบ แสดงความคิดเห็น ทุกขั้นตอน ปรับสภาพภูมิทัศน์ให้งดงามเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีเทศบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมอาคาร และสิ่งก่อสร้าง มีแผนรองรับที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบูรณะโบราณสถานและสถานที่สำคัญ ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างจริงจังและมีการศึกษาวิจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว

7.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วุฒินพวงศ์ ภัทรสุขเกษม (2545) ศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับชุมชนบ้านห้วยแม่ซ้าย ต.แม่ยาว อ.เมือง จ.เชียงราย พบว่าหมู่บ้านห้วยแม่ซ้าย ประกอบด้วยชุมชนบริวาร 7 ชุมชน คือ ชุมชนจะแล ชุมชนยะฟู ชุมชนอาตุ ชุมชนอาจำ ชุมชนอาผ่า พัฒนา ชุมชนห้วยแม่ซ้าย และชุมชนปูเขาะ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเขา เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและพื้นที่สูง ในอดีตพื้นที่หมู่บ้านห้วยแม่ซ้ายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม แต่ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีจำนวนลดลงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของคนในชุมชนลดลงจากสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว จึงมีความจำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรบริหารส่วนตำบล ชุมชนอันประกอบด้วย 7 ชุมชน รวมทั้งองค์กรพัฒนาเอกชนและหน่วยงานราชการระดับท้องถิ่น เพื่อร่วมกันศึกษารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมในชุมชนห้วยแม่ซ้ายที่เหมาะสมและยั่งยืน

นิวัฒน์ ร้อยแก้ว (2549) ศึกษาเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง กรณีศึกษากันต๊อบบ้าน หาดทรายทอง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติลุ่มน้ำโขงมาตั้งแต่โบราณ แม่น้ำโขงเป็นแหล่งอาหารและรายได้ให้แก่ครอบครัว ชาวบ้านบางส่วนที่ไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง เลี้ยงชีพด้วยการจับปลา เก็บไถและเตา (สำหรับน้ำจืด) ไร่บรีโศกและขายเป็นรายได้เมื่อเหลือจากการบริโภคในครัวเรือน แต่เมื่อถึงยุคนโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า ที่วางทิศทางการพัฒนาเน้นเพียงด้านเศรษฐกิจการค้า โดยมุ่งเอาทรัพยากรธรรมชาติของคนท้องถิ่นขายแดนไปสู่ระบบอุตสาหกรรมส่วนกลาง ทำให้วิถีชีวิตแบบชุมชนเกษตรเปลี่ยนแปลงไป จากผลิตชุมชนและท้องถิ่นกลายเป็นการผลิตเพื่อตลาดระดับประเทศและระดับโลก โดยเฉพาะปัจจัยการผลิตที่สำคัญคือที่ดินได้กลายเป็นการเกษตรมาเป็นเพื่อการท่องเที่ยว ที่ดินเปลี่ยนจากชาวบ้านเป็นของนายทุนที่กว้านซื้อเพื่อทำรีสอร์ทไว้รองรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชนจึงมองเห็นว่าควรเร่งสร้างและฟื้นฟูองค์ความรู้ท้องถิ่น

ทั้งในด้านการผลิตการเกษตร การประมง ระบบนิเวศวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เป็นสิ่งจำเป็นต่อการปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากนโยบายการพัฒนาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

สุชาดา วงษ์ชัยภูมิ (2551) ศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท อำเภอนโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาทในปัจจุบัน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ (1) เป็นการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรการพัฒนา (2) เป็นหน่วยงานภายในชุมชนประกอบด้วย คณะกรรมการแหล่งที่พักชุมชนบ้านปราสาท และกลุ่มเครือข่ายอาชีพหรือศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นบุคคลภายในหมู่บ้าน จะแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบและการจัดการ เป็นกลุ่มการทำงานด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนกันและกัน ชุมชนสามารถจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดีตามศักยภาพของชุมชนแต่จะต้องดำรงรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีๆ และวิถีการดำรงชีวิตในรูปแบบที่ได้สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษให้คงอยู่ มีการถ่ายทอดไปสู่รุ่นลูกหลานและต้องการให้มีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป ในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของ**ไกรสิทธิ์ ลิทธิโชค (2550)** เรื่องการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงราย พบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาของจังหวัดเชียงรายได้สร้างให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในหลากหลายด้าน ได้แก่ ด้านการกระจายตัวของรายได้ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวที่ผ่านมาไม่กระจายสู่ชุมชนอย่างแท้จริง ปัญหาในเชิงนโยบายของภาครัฐที่มีการประชาสัมพันธ์แต่ยังไม่มี การสนับสนุนชาวบ้าน หรือเสริมศักยภาพให้ชาวบ้าน ในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่ยังไม่มีการพัฒนาดีพอและต่อเนื่องจากภาครัฐ ส่วนด้านความพร้อมของชุมชน ซึ่งที่ผ่านมาบางชุมชนยังไม่มีอำนาจในการต่อรองกับบริษัททัวร์ และถูกเอาเปรียบจากคนนอก ด้านธุรกิจการค้าทางเพศ เช่น ชาวบ้านบางส่วนนิยมมีสามีชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นค่านิยมใหม่ ส่วนผลกระทบด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลงโดยเกิดพฤติกรรมเลียนแบบนักท่องเที่ยวในกรณีที่ชุมชนยังไม่มี การเตรียมความพร้อม ส่วนผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การขยายพื้นที่ ถนนรุกล้ำพื้นที่ป่า การพัฒนาที่เข้าไปสู่ในชุมชน เช่น ไฟฟ้าที่เข้าไปมีประโยชน์แต่ในบางที่มีการจัดวางตำแหน่งไม่ดี เช่น การตั้งเสาไฟฟ้าในสถานที่โล่งแจ้ง ในด้านสิทธิชุมชน กับกระแสการพัฒนาของรัฐและด้านนโยบายการพัฒนาของจังหวัด แกมบังคับให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยขาดความรู้ ความเข้าใจ และขาดการเตรียมความพร้อมของชุมชน และขาดการวิเคราะห์เพื่อวางแผนและจัดการและพัฒนาแหล่งที่ไม่เหมาะสม ส่วนในด้านการจัดการนั้นที่ผ่านมา พบว่ายังเป็นลักษณะของการจัดการแบบต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือในการประสานความร่วมมือร่วมกัน เนื่องจากเชียงราย เป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ เมียนมาร์และลาว เป็นจังหวัดหนึ่งที่ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชนเผ่าที่หลากหลายชนเผ่า นอกจากนี้ เชียงรายยังเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้

เป็นทางผ่านหรือเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ในเขตลุ่มน้ำแม่โขง มีการกำหนดวิสัยทัศน์ให้ “เชียงรายเป็นประตูทองของวัฒนธรรมล้านนาและการค้าสู่สากล” จึงทำให้จังหวัดเชียงราย เป็น จังหวัดที่นายทุน นักธุรกิจ เข้ามาประกอบธุรกิจมากขึ้น เห็นได้จากการซื้อขายที่ดิน สร้างรีสอร์ท โรงแรม ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดเป็นการจัดการโดยภาคธุรกิจสร้างประโยชน์และกำไรในกลุ่มเฉพาะเท่านั้น ชุมชนในฐานะเป็นคนท้องถิ่น ขาดการมีส่วนร่วม ไม่เท่าทันข้อมูลข่าวสาร ขาดประสบการณ์ ยิ่งทำให้ รูปแบบจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่คนท้องถิ่นควรเป็นเจ้าของยิ่งเลือนราง ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จึง เกิดขึ้นจากการรวมตัวประชุมหลายครั้งของนักวิจัย ผู้นำชุมชนที่สนใจจัดการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงราย เพื่อดำเนินการศึกษาวิจัยสร้าง เสริมศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว บูรณาการมาตรฐาน และศึกษาหาแนวทางสร้าง เครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มองค์กรภาคประชาสังคมของจังหวัดเชียงราย เพื่อก่อให้เกิด กระบวนการเรียนรู้ ศึกษา ปกป้อง สร้างเศรษฐกิจและสามารถกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของ ท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ไกรสิทธิ์ ลิทธิโชค (2546) ได้ศึกษาการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอา ข่า บ้านห้วยซ้เหล็ก พบว่า การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นให้ชุมชนเป็นเจ้าของการจัดการและเผยแพร่ ข้อมูลความรู้ วิถีชีวิตชนเผ่าที่ถูกต้อง ได้เน้นพัฒนารูปแบบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับ สภาพวิถีชีวิตและกาลสมัย คือ ให้จัดการท่องเที่ยวช่วงระยะที่มีพิธีกรรมประเพณีของชุมชนเท่านั้น ให้ ผู้มีองค์ความรู้ ผู้สูงอายุ เยาวชน สตรีแต่ละด้านมาทำหน้าที่เป็นวิทยากร (มัคคุเทศก์) เผยแพร่ให้ผู้มา ท่องเที่ยว เช่น ผู้รู้เกี่ยวกับพิธีกรรมประเพณี ผู้นำชุมชน ผู้รู้เรื่องสมุนไพร ผู้รู้ด้านศิลปการละเล่น พื้นบ้าน ฯลฯ เป็นกระบวนการฟื้นฟูวิถีชีวิต ภูมิปัญญา กิจกรรมการนำเสนอวิถีชีวิต วัฒนธรรม เช่น การประกอบอาชีพการละเล่น การประกอบพิธีกรรมต่างๆ จะเป็นไปตามที่เกิดขึ้นจริงพร้อมทั้งการ อธิบายความหมายโดยวิทยากรชุมชน มีการจัดผู้แทนครอบครัวเพื่อการศึกษาเรียนรู้โดยลักษณะ หมุนเวียนไปพร้อมทั้งมีการจัดประชุมสมาชิกเพื่อรับฟังปัญหาและพัฒนาการอยู่เสมอ มีการกำหนด ปฏิทินการท่องเที่ยวเป็นรายปี ตามพิธีกรรมประเพณี จัดแบ่งฝ่ายในการรับผิดชอบทำกิจกรรม ท่องเที่ยวตามเนื้องานที่กำหนดเป็นเป้าหมายไว้ การเสริมความรู้ ทักษะและกระบวนการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการจัดการกระบวนการเนื้อหาบริการท่องเที่ยว ชุมชนได้กำหนดประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยวเพื่อบริการองค์ความรู้ วิถีชีวิตของชนเผ่า 3 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตอา ข่า ด้านสิ่งแวดล้อมป่าชุมชน และด้านการประกอบอาชีพเกษตรที่สูง

สุจิตราภา พันธวิไล (2550) ศึกษาศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการ การท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า บทบาทของชุมชนมีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยระบบการพึ่งพากัน ความรู้สืบทอดกัน มี ส่วนร่วมของชุมชนเกิดจากจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของ หวงแหนและเริ่มรู้สึกละเลยผลกระทบที่เกิดขึ้น

ในชุมชน ส่วนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนสองลักษณะ คือ ผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนเริ่มจากการให้ข้อมูลการวางแผน การจัดการควบคุมดูแล การจัดบริการ การจัดกิจกรรมและการอนุรักษ์ สอดรับกับงานวิจัยของ **ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง** (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งลาด อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณค่าความสำคัญ วิถีชีวิต บริบทชุมชน วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิตความเป็นอยู่และประเพณี พิธีกรรมของชุมชนซึ่งเป็นชาวไทยภูเขาเผ่ามูเซอดำ ที่สืบทอดกันมาและศึกษาหาแนวทางพัฒนาเพื่อเสริมศักยภาพให้เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนการศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูงของ **ธวัชชัย รัตนซ้อน** (2542) พบว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางวัฒนธรรมของชุมชนด้านระบบคุณค่า ระบบการผลิต และระบบความสัมพันธ์ พบว่าโครงสร้างหลักทางวัฒนธรรมของชุมชนปกาสัยเกอญอ มิได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักเพียงแต่มีการปรับตัวที่สำคัญหลายประการ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมรอบด้าน ชุมชนพื้นที่สูงมีศักยภาพทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมตลอดถึงบุคคลากรของชุมชนที่สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นกิจกรรมทางเลือกสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนในสังคมเพื่อการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้

7.3 งานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

จิตติมา คนตรง (2548) ได้ทำการวิจัย “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำตลิ่งชัน และชายหาดบางแสน จำนวน 323 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นไปในเชิงบวก โดยพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า (1) ด้านการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สร้างค่านิยมให้คนไทยมีความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด (2) ด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ของ ททท. ทำให้ประชาชนได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ทะเลแหวกที่กระบี่ พระธาตุหัวกลับที่ลำปาง เป็นต้น สำหรับผลการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ฯ พบว่า (1) จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว และ (2) การรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วน อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ความนิยมทางการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทท. และประสบการณ์หรือความเกี่ยวข้องกับทท. ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2549) ได้ทำการวิจัย “ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยวจำนวน 975 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน ร้อยละ 32.8 เดินทางมาจากภาคกลาง และสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.1 กล่าวว่า เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น น้ำตก ป่าไม้ ภูเขา สำหรับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจนั้นวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และภาพลักษณ์ด้านธุรกิจบริการ คือ ปัจจัยด้านราคาที่แพง อาหาร และบริการต่างๆ ที่ไม่แพง และความโดดเด่นทางด้านการจัดการที่พักเชิงนิเวศ เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและปานกลางตามลำดับ ส่วนภาพลักษณ์ทางด้านสังคมของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวคือ ความไม่เป็นมิตรของผู้คนในสังคม

สุรางคณา ณ นคร (2548) ได้ทำการวิจัย “ยุทธศาสตร์และยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อกำหนดภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ศึกษาเฉพาะชุมชนรอบเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช” มีวัตถุประสงค์คือวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และยุทธวิธีการสื่อสารการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรอบเขาหลวง และภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาในทัศนะของชุมชนรอบเขาหลวง ผลการวิจัยพบว่า

1) ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนรอบเขาหลวงที่ปรากฏมี 4 ประการ คือ

1.1) ด้านพื้นที่ท่องเที่ยว ชุมชนส่วนใหญ่มีแนวปฏิบัติต่อพื้นที่ท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

1.2) ด้านการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบขององค์กรชาวบ้าน มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์และการหาแนวทางความร่วมมือในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน

1.3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นให้นักท่องเที่ยว ได้มีประสบการณ์ตรงกับธรรมชาติบนพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติ ขณะเดียวกันในชุมชนได้มีโอกาสรเรียนรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวและระบบนิเวศในท้องถิ่น สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และเรียนรู้ร่วมกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

1.4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมี 2 รูปแบบ คือ การมีส่วนร่วมโดยตรง และการมีส่วนร่วมโดยอ้อมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2) ยุทธวิธีการสื่อสารของชุมชนรอบเขาหลวงที่ปรากฏในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3 รูปแบบ คือ

2.1) การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล

2.2) การมีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็น

2.3) การมีส่วนร่วมแบบปรึกษาหารือ มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียวและสองทาง กระทำในสถานการณ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การนำเสนอสารมีทั้งแนวทางเชิงลบและแนวทางเชิงบวก โดยยุทธวิธีดังกล่าวนี้ ชุมชนได้ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชุมชนปรารถนาจะเกิดขึ้นในอนาคต

3) ในอนาคตการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรอบเขาหลวง จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนใน 4 บริบท คือ

3.1) บริบทด้านพื้นที่แหล่งทรัพยากรที่หลากหลาย คือจะมีการผสมผสานเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยมีจุดมุ่งหมายให้ชุมชนมีสำนึกและความภาคภูมิใจในความเป็นชุมชนของตน

3.2) บริบทด้านการจัดการ จะเป็นการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขที่มีความรับผิดชอบต่องานสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากร โดยจะเน้นความสำคัญระหว่างชุมชนและธรรมชาติ ในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกัน

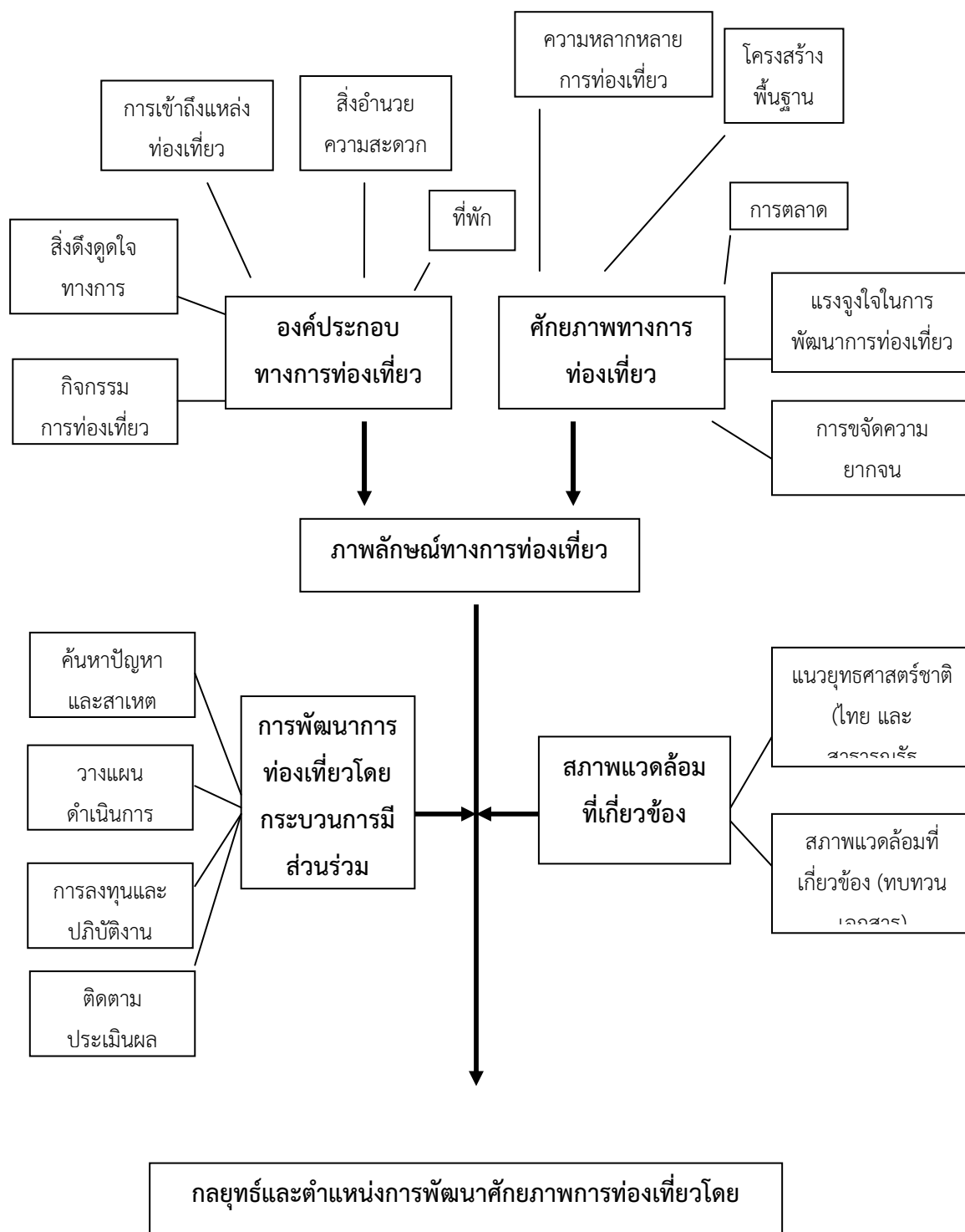
3.3) บริบทด้านกิจกรรม จะมีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการสร้างเป็นเครือข่ายการจัดการทรัพยากร เช่น จัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น

3.4) บริบทด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นการท่องเที่ยวที่ให้มีความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง

จารุณี ทรัพย์บุญโต (2555) ได้ทำการศึกษา “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมองประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจากมุมมองประชาชนในท้องถิ่นจำนวน 200 ราย และประชาชนต่างถิ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 200 ราย ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนต่างถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายประมาณ 3-4 ครั้งในแต่ละปี โดยฤดูกาลไม่ผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยทั่วไปต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวคือ ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ อุทยานแห่งชาติ น้ำตก

เชื่อน กว๊าน น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน โครงการหลวง สวนผลไม้ สวนส้ม เป็นต้น เหตุผลที่ต้องการเดินทางมาเที่ยว คือ ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายและระยะเวลาในการพักในจังหวัดเชียงราย 2 คืน และที่พักในการมาท่องเที่ยวคือ โรงแรม โดยการค้นหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติหรือเพื่อนฝูง สำหรับผลการศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจากประชาชนทั้งในท้องถิ่นและต่างถิ่น พบว่า *ด้านประสบการณ์* ผู้ตอบแบบสอบถาม มีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท รองลงมาคือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน ดำรงและดำรงท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดีและที่พักมีความปลอดภัย *ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาน่าสนใจ รองลงมาคือ มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ *ด้านราคา* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ ราคาสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวมีการลดราคาอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม *ด้านสภาพแวดล้อม* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล รองลงมาคือมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ *ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือสถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี รองลงมา จังหวัดเชียงรายเป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับความวุ่นวายในชีวิตได้ *ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย รองลงมาคือ เกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย *ด้านสังคม* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวรองลงมาคือ ผู้คนในจังหวัดเชียงรายมีการปฏิสัมพันธ์ที่ดีและสามัคคีกัน *ด้านชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย* ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นรู้จัก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้แก่เพื่อนหรือคนรู้จักได้

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ในครั้งนี้ มีคำถามวิจัยที่ว่าประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีการวางตำแหน่งของการท่องเที่ยวชุมชนและมีศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างไร รวมทั้งมีกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 อย่างไร ดังนั้นเพื่อตอบคำถามดังกล่าว จึงได้กำหนดวิธีการวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากเอกสารรายงานการวิจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนและความหลากหลายทางชุมชนท่องเที่ยว กอปรกับการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และศึกษาข้อมูลภาคสนาม ระเบียบวิธีวิจัยจึงเป็นลักษณะแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research Methodology) ตามแนวคิดของ Keith F. Punch (2005) โดยเป็นวิธีการทาง Documentary and Inventory Research ประกอบกับการศึกษาทาง Content analysis and In - Depth Interview

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล สถิติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยในส่วนของประเทศไทย ทำการเก็บข้อมูลในจังหวัดเชียงราย พะเยา น่าน และอุดรดิตถ์ และในแขวงหลวงพระบาง แขวงอุดมไซ แขวงหลวงน้ำทา และแขวงบ่อแก้ว ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยที่แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่จะมาจากเอกสารของทางราชการ รายงานการสัมมนา เอกสารการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือพิมพ์ รวมถึงการลงพื้นที่วิจัยเพื่อสัมภาษณ์และจัดเวที Focus group ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการทาง Participatory Rapid Appraisal ในการกำหนดประเด็นหัวข้อและคำถามหลักที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อประมวลเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ความหลากหลายของชุมชนท่องเที่ยวในมิติการบริหารจัดการ เศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งการออกแบบสัมภาษณ์และการทำแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนสังคมและนิเวศ (Socio-Ecological Mapping) ในพื้นที่ศึกษา

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบการวิเคราะห์ Content Analysis เกี่ยวกับภาพลักษณ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน และความหลากหลายของชุมชนท่องเที่ยวในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการวิเคราะห์นโยบายและมาตรการของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ทั้งนี้พยายามตอบคำถามการวิจัยว่า ภายใต้การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ.2015 การท่องเที่ยวชุมชนของประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างประเทศไทยและประเทศลาวมียุทธศาสตร์และแนวทางในการเตรียมพร้อมต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างไร และจะมีการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้ยั่งยืนได้อย่างไร

3.4 สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลและพื้นที่วิจัย

พื้นที่ประเทศไทย				พื้นที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว			
เชียงราย	พะเยา	น่าน	อุตรดิตถ์	หลวงพะบาง	อุดมไซ	หลวงน้ำทา	บ่อแก้ว
บ้านท่าซันทอง	บ้านฮวก	บ้านห้วยโก๋น	บ้านม่วงเจ็ดต้น	บ้านผานม	บ้านญ้อ	บ้านน้ำดี	บ้านน้ำจาง
				บ้านช้างฮ้าง	บ้านศรีบุญเรือง	บ้านเพี้ยงาม	บ้านดอนใจ
				บ้านป่าขาม	บ้านปากแบ่ง	บ้านน้ำห้า	บ้านปะนะ

