



สถาบัน **THE BEST CENTER**

2145/7 ซ.รามคำแหง 43/1 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร.0-2318-6868, 0-2314-1492 โทรสาร 0-2718-6274

www.thebestcenter.com facebook.com/bestcentergroup

คุณภาพทางวิชาการต้องมาที่ 1

คู่มือเตรียมสอบ

พนักงานระบบงานคอมพิวเตอร์ 3

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ความรู้ความสามารถทั่วไปและความสามารถที่ใช้เฉพาะตำแหน่ง

การสอบคัดเลือก แบ่งเป็น 3 ภาค ดังนี้

การสอบภาค ก. (ภาคข้อเขียน)

ก. ความรู้ทั่วไป แบ่งเป็น วิชาความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยว และวิชาความรู้ทั่วไปด้านอื่น ๆ
ต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

ข. ความรู้ภาษาอังกฤษ ต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

ค. การทดสอบจิตวิทยา ต้องเข้ารับการทดสอบ

การสอบภาค ข. วิชาความรู้เฉพาะตำแหน่ง ต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60

การสอบภาค ค. (ภาคสัมภาษณ์) ต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

ก. บุคลิก ลักษณะที่เหมาะสม และประสบการณ์

ข. สมรรถนะหลัก (Core Competency)

ทั้งนี้ ททท. ขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบวิชาความรู้เฉพาะตำแหน่งสำหรับผู้ผ่านการสอบ
ความรู้ทั่วไปด้วยคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 และความรู้ภาษาอังกฤษ ด้วยคะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

สนใจสั่งซื้อ หรือสอบถามเพิ่มเติม โทร.081-496-9907



LINE: @thebestcenter

280.-

คู่มือสอบพนักงานระบบงานคอมพิวเตอร์ 3
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

รวบรวมและเรียบเรียงโดย.....

ฝ่ายวิชาการ สถาบัน THE BEST CENTER

ห้ามตัดต่อหรือคัดลอกส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหา

สงวนลิขสิทธิ์ตาม พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ราคา 280 บาท

จัดทำและจำหน่ายโดย



The Best Center InterGroup Co., Ltd.

บริษัท เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์ อินเตอร์กรุป จำกัด

บริหารงานโดย ดร.สิงห์ทอง บัวชุมและอาจารย์จันทน์ บัวชุม (ติวเตอร์ก๊วง ย่าน ม. ราม)

เลขที่ 2145/7 ซอยรามคำแหง 43/1 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์.081-496-9907,0-2314-1492, 0-2318-6868 โทรสาร. 0-2718-6274 line id: @thebestcenter

www.thebestcenter.com หรือ www.facebook.com/bestcentergroup

คู่มือสอบ

พนักงานระบบงานคอมพิวเตอร์ 3

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(ททท.)

ราคา 280.-

คำนำ

สำหรับชุดคู่มือสอบสำหรับตำแหน่งพนักงานระบบงานคอมพิวเตอร์ 3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เล่มนี้ ทางสถาบัน THE BEST CENTER และฝ่ายวิชาการของสถาบันได้เรียบเรียงขึ้นเพื่อให้ผู้สมัครสอบใช้สำหรับเตรียมสอบในการสอบแข่งขันฯ ในครั้งนี้

ทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือ เล่มนี้ขึ้นมาภายในเล่มประกอบด้วยทุกส่วนที่กำหนดในการสอบ เจาะข้อสอบทุกส่วน พร้อมคำเฉลยอธิบาย มาจัดทำเป็นหนังสือชุดนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดทำฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมาเป็นเล่มได้ พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำขอน้อมรับข้อบกพร่องใดๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟังความคิดเห็นจากทุกๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน

ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	1
📖 วิชาความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยว และความรู้ทั่วไปด้านอื่น ๆ	
➤ ความสำคัญของการท่องเที่ยว	4
➤ กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว	23
➤ การพัฒนาการท่องเที่ยว	32
➤ การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	51
➤ การพัฒนาและเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยว	59
➤ การส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย	77
✦ รวมแนวข้อสอบวิชาความรู้ทั่วไปด้านการท่องเที่ยวและความรู้ทั่วไปด้านอื่น ๆ	94
✦ แนวข้อสอบความรู้ความสามารถทั่วไป	106
✦ แนวข้อสอบภาษาอังกฤษ	148
➤ ความรู้เกี่ยวกับการทดสอบจิตวิทยาพร้อมตัวอย่าง	164
➤ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522	166
✦ แนวข้อสอบพ.ร.บ.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522	
และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ.2550	180
➤ พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551	184
✦ แนวข้อสอบพ.ร.บ.นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551	194
📖 วิชาความรู้เฉพาะตำแหน่ง	
➤ ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานของระบบคอมพิวเตอร์	198
➤ ความรู้เกี่ยวกับระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	200
➤ ความรู้เกี่ยวกับชุดคำสั่งระบบปฏิบัติการ ชุดคำสั่งสำเร็จรูป	213
➤ การวิเคราะห์ ออกแบบ การพัฒนา การดูแลการบำรุงรักษาและการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูล	221
➤ ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลและฐานข้อมูล	254
➤ ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (Database Management System)	269
➤ ระบบการสื่อสารข้อมูล (Data communication system)	280
➤ ความรู้เกี่ยวกับระบบบริหารจัดการเรื่องการบริหารความปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Security management)	283
➤ การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (risk management)	300
✦ แนวข้อสอบพนักงานระบบงานคอมพิวเตอร์ 3	305
➤ เทคนิคการสอบสัมภาษณ์	319

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ประวัติความเป็นมา

เกี่ยวกับ ททท.

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้นทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เจริญสวนพวงศ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อ กระทรวงเศรษฐกิจ เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับรองนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อ พ.ศ. 2492 กรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว" โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปศึกษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์ริด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออก แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า

"องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่เดิมนั้นมีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท."

แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ททท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน”

พันธกิจ (Mission)

- ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ในการขยายฐานตลาดคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นเพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย
- สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน คุณภาพ และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยว
- ขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน
- พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดและบริการข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- เสริมสร้าง ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) บนพื้นฐานของนวัตกรรมและธรรมาภิบาล



ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยหรือยุคทองของการท่องเที่ยว เพิ่งจะเริ่มในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในปีสุดท้ายของแผนฯ ความสำเร็จดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากกลยุทธ์การตลาดที่ประกาศให้ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปีนั้นเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 และต่อมา ในปี 2531 เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 58 ในปี 2534 รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับสองในสามของสินค้าออกประเภทเกษตรกรรม และมีมูลค่าใกล้เคียงกับรายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีการส่งออกสูงสุด อย่างไรก็ตามข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวไทย คือ การเพิ่มของรายได้ตั้งแต่ ปี 2524 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย แต่ค่าใช้จ่ายต่อวันที่คิดในราคาคงที่แทบจะมิได้เพิ่มขึ้นเลย

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable Community-based Tourism)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เป็นเงินตราให้กับผู้ประกอบการ และกระจายเข้าไปในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(อบต. เทศบาลตำบล และ อบจ.) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลจึงควรมีนโยบายและแผนงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยรวม และส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้วย

รายได้จากการท่องเที่ยวย่อมกระจายเข้าไปสู่ท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้ ยกตัวอย่างเช่น มีนักท่องเที่ยวมากินอาหารในพื้นที่ หรือซื้อสินค้าของที่ระลึกต่างๆ เงินจากนักท่องเที่ยวจะผ่านมือจากเจ้าของร้านไปซื้ออาหารสด ผลไม้สด หรือซื้อผ้าทอ เงินเหล่านี้ย่อมกระจายไปสู่เกษตรกรผู้ผลิตอาหารและผลไม้ หรือไปสู่ช่างทอผ้าซึ่งอยู่ในท้องถิ่นได้ เป็นต้น

ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นย่อมเป็นภาระหน้าที่ของคนในท้องถิ่นจะต้องร่วมกันคิดร่วมกันทำ เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเดินทางมาเที่ยวได้เพิ่มขึ้นตลอดทั้งปีและตลอดกาล อันเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง

กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั้นมีหลายระดับ ระดับแรกก็คือ ชุมชนหรือประชาคม (Community) ผู้รับผิดชอบเป็นเจ้าของเป็นผู้ครอบครอง จะต้องทำหน้าที่ มีบทบาท ดังนี้

1)หน้าที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวของชุมชนตามที่กฎหมายระบุ

องค์กรชุมชนหรือประชาคม (Community) หรือกลุ่มประชาชน นับเป็นองค์กรเล็กที่สุด และมีบทบาทเป็นเจ้าของท้องถิ่น เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีบทบาท และหน้าที่ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนร่วมกัน ตามรัฐธรรมนูญกำหนดบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกฎหมาย ดังนี้

รัฐธรรมนูญไทยฉบับพ.ศ.2540 ระบุไว้ในหมวดที่ 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตราที่ 46 ระบุว่า บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์และฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ หรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตามกฎหมายบัญญัติมาตราที่ 56 ระบุว่า สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมทั้งกับรัฐและชุมชนในการบำรุงรักษา และการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ และในการคุ้มครองส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ดำรงชีพอยู่อย่างปกติและต่อเนื่อง ในสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ หรือคุณภาพชีวิตของตน ย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามกฎหมายบัญญัติ เพื่อให้การทำงานของชุมชนร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ มีความคล่องตัว ชุมชนหรือประชาคมจะต้องเลือกผู้แทนกลุ่มหนึ่งเพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรชุมชน ได้แก่ ประธาน รองประธาน (1-2 ตำแหน่ง) เลขานุการและนายทะเบียน เภรัญญิกหรือสมุห์บัญชี ปฏิคมและประชาสัมพันธ์ มีการ

กำหนดหน้าที่ ระเบียบ กติกา และรายงานต่อชุมชนในท้องถิ่นอย่างชัดเจน โปร่งใส เช่น ชุมชนสามแพร่ง ชุมชนท่าเตียน (เขตพระนคร กรุงเทพฯ) ชุมชนวัดเกตุการาม (อ.เมืองเชียงใหม่) ชุมชนรัษฎาอัมพวา (อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม) เป็นต้น เพื่อให้การทำงานของกลุ่มผู้แทนสามารถทำงานได้ควรกำหนดเงินตอบแทนเป็นเบี้ยประชุมสำหรับค่าใช้จ่ายอื่นรวมอยู่ในงบประมาณดำเนินการ

บทบาทขององค์กรชุมชนหรือประชาคมต่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นจะต้องทำงานร่วมกันกับพหุภาคี โดยร่วมเสนอความคิดและระดมความคิดเห็นในการศึกษาสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวว่า มีจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและปัญหาอะไรบ้าง จากนั้นจึงร่วมวางแผนงาน ทั้งแก้ไขปัญหาดังกล่าว ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทำแผนปฏิบัติการทั้งแผนเฉพาะกิจ แผนระยะเร่งด่วน ระยะกลาง และระยะยาว ร่วมมือกันทำงานตามแผนที่วางไว้ให้เป็นผลสำเร็จ รวมทั้งร่วมลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับการยินยอมจากชุมชน ร่วมกันประเมินผลงาน เพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ด้วยกัน หรือพบปัญหาที่ต้องร่วมกันแก้ไข พัฒนาให้มีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มผู้แทนชุมชนต้องทำหน้าที่สร้างเครือข่ายทั้งระดับแนวตั้งและแนวนอนด้วย

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ชุมชนเป็นเจ้าของ

หากพิจารณาทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแล้ว สามารถแยกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ 7 ประเภท คือ

(1) แหล่งธรรมชาติที่มีความสวยงาม โคดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเช่น ป่า เขา น้ำตก ถ้ำ ทะเล

(2) แหล่งโบราณคดี/ แหล่งประวัติศาสตร์/ ศาสนสถานที่สวยงาม

(3) พิพิธภัณฑสถาน

(4) งานบุญพื้นบ้าน งานประเพณีพื้นเมืองในรอบปี (12 เดือน)

(5) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตพื้นบ้าน และการประกอบอาชีพหลักในชุมชน

(6) ไร่นา สวนเกษตรต่าง ๆ และ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ

(7) บุคลากรในท้องถิ่นที่มีความสามารถทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวด้านบริการอย่างมีคุณภาพในแต่ละสาขา เช่น บริการรถนำเที่ยว เรือนำเที่ยว บริการในร้านอาหาร และบริการนำเที่ยว(มัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือ วิทยากรในท้องถิ่น) เป็นต้น

ดังนั้น หากนำทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมาจัดรูปแบบการท่องเที่ยวก็เข้าหลักการการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท แล้วสามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบสากล ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

(2)การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

(3)การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

(4)การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ครอบงำผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

(5)การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายและใจ ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(6)การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการเรียนรู้การบังคับช้าง และเป็นควาญช้าง เป็นต้น

(7)การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ ฯลฯ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(8)การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3)วิธีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวทุกท้องถิ่นนั้น มีเป้าหมายคือหาวิธีการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว จะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวแวะเที่ยวนานวันและใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดปี ยั่งยืนตลอดกาลนับร้อยๆ ปีได้นั้น ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีวิธีการดังนี้

(1) หลักการจัดท่องเที่ยวยั่งยืน มีองค์ประกอบ 4 หลักการด้วยกันคือ

(1.1) การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงขอบเขตความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทั้งธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวควร กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในแต่ละแห่งต่อคนต่อวัน

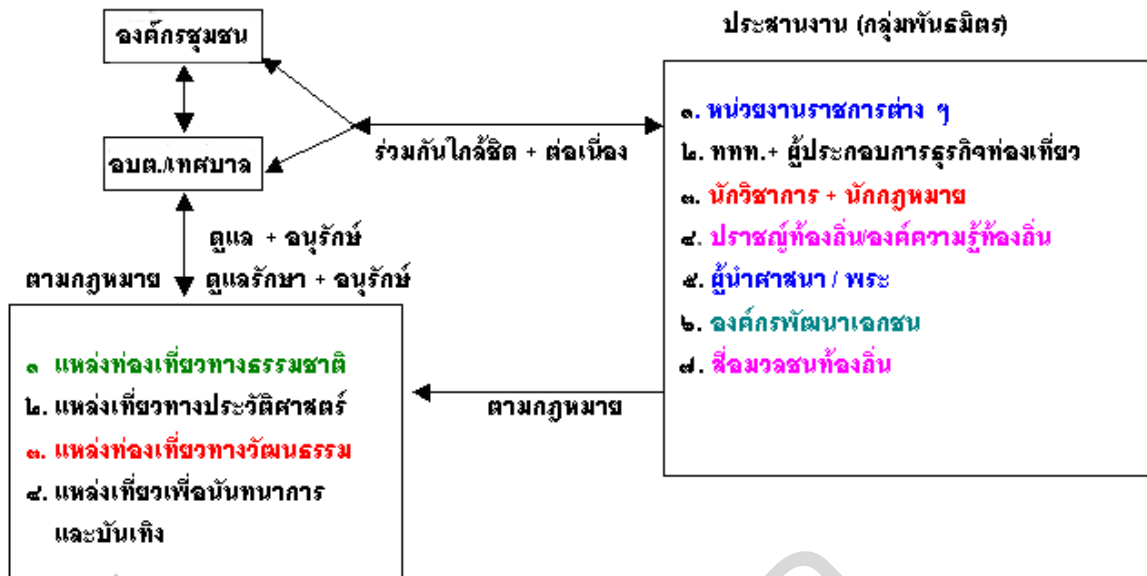
(1.2) ควรตระหนักถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบ (ก่อปัญหาด้านลบ) ต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)

(1.3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้เป็นพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียต้อง ประสานการจัดการร่วมกัน เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนต่อการท่องเที่ยว

(1.4) การทำธุรกิจท่องเที่ยวนั้นจะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการ ประสานงาน ประสานโครงการ และกำหนดแผนงาน นโยบายทางเศรษฐกิจ (เพิ่มรายได้) เพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

วิธีการขั้นตอนในการดำเนินงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ชุมชนควรดำเนินการตามแผนผัง ข้างล่างนี้ โดยมีขั้นตอน ดังนี้



ยึดหลักของความยั่งยืนทั้ง 4 ประการในการวางแผนและการจัดการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรมนั้น องค์กรชุมชนจะต้องพูดคุยปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกันค้นหาจุดแข็งหรือความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว ค้นหาจุดอ่อนและสภาพปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา/ มองหาโอกาสความเป็นไปได้ต่อการจัดการในอนาคต โดยคำนึงถึงการพัฒนาที่จะเกิดผลกระทบน้อยที่สุด(มีความสมดุล)ของสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้ชัดเจน การพัฒนาต้องมีความชัดเจนของการดำเนิน งานเพื่อรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพและคุณค่าของ(สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและคงไว้ในอัตลักษณ์ท้องถิ่น) ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นทุกครั้งที่ไปเที่ยว รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นโดยนำธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม อันหมายถึงประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม

กำหนดผังและรูปแบบของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ก่อผลกระทบ ทางภูมินิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น(ไม่เป็สิ่งที่แปลกปลอมเข้าไป) โดยใช้มาตรการเพื่อรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับ พื้นที่:CC/ การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม :EIA/ การประเมินผลกระทบต่อสังคม SIA/การประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ/HIA)

จัดทำแผนพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนแม่บทของท้องถิ่น จังหวัดและภูมิภาคโดยสำรวจศักยภาพ (สถานภาพ+คุณภาพ:ความโดดเด่นความสวยงามและสุนทรียภาพ) ของแหล่งท่องเที่ยว สำรวจตลาดการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดแผนพัฒนา แผนปฏิบัติการ(ระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว)ให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การพัฒนาบุคลากรต้องกำหนดแผนฯและหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติงาน(ในธุรกิจท่องเที่ยวทั้ง 5 สาขา คือ ขนส่ง / ที่พัก/ร้านอาหาร/บริษัทนำเที่ยวและสินค้าของที่ระลึก)ต้องมีความรู้ความสามารถ มีมาตรฐานการทำงานในระดับสากล โดยการฝึกอบรม การดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อนำไปสู่การบริการที่มีมาตรฐานสากล

ดำเนินการเขียนโครงการ เพื่อของบประมาณพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เมื่อกลุ่มผู้รับผิดชอบการเขียนโครงการเพื่อของบประมาณได้รับมติจากชุมชนต่อ การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมแล้ว ต้องจัดเตรียมงบประมาณ เพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้จัดตั้งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาค

การจัดการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนนั้น ประชาชนในท้องถิ่น ผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องร่วมกันคิดร่วมทำกับพหุภาคี โดยคำนึงถึงเป้าหมายต่อการพัฒนา คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์สูงสุด ใช้ได้นานที่สุด มีปัญหาหรือผลกระทบน้อยที่สุด นั่นคือการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนของ David A. Fennell

David A. Fennell (1999) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวแห่งภาควิชาบัณฑิตการและการพักผ่อนศึกษามหาวิทยาลัยร็อก ประเทศแคนาดา ได้เสนอแนวคิดการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นให้มากที่สุด ด้วยการใช้นวัตกรรมในชุมชนเท่าที่จำเป็น ที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชนอีกด้วย ข้อเสนอของ Fennell นับเป็นการเสนอแนะแนวทางใหม่ของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อ "สิทธิการจัดการชุมชน" ด้วยตัวของคนในชุมชนเอง ทั้งในด้านการวางแผน การจัดการที่รวมถึงการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยว การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าข้อเสนอแนะดังกล่าวก็คือการท่องเที่ยวชุมชน (community tourism) ที่มองเห็นสิ่งที่ชุมชนควรได้รับเพื่อแลกกับสิ่งสำคัญที่ชุมชนจะต้องเสียไปในลักษณะของการได้กับได้(win-win)ทั้งระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ รัฐ และคนในชุมชน

โดย Fennell ได้เสนอคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าวว่า จะต้องประกอบไปด้วย 5 ประการได้แก่

1)ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชน ในฐานะการเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ โดยไม่ต้องผ่านนายหน้าใดๆ อันจัดเป็นการสร้างรายได้ทางตรงแก่คนในชุมชน อย่างไรก็ดี แต่ละครอบครัวเจ้าของที่พักเองก็ควรได้รับการฝึกอบรม และเตรียมความพร้อมเพื่อให้พร้อมรับนักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยกับครอบครัวของตนเอง

2)ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสาธารณูปโภค และการยกระดับความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน "เพื่อสมาชิกในชุมชน" แต่ไม่ใช่ "เพื่อนักท่องเที่ยว"

3)ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคม และวัฒนธรรมในชุมชน อันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตก เช่น โคคาโคลา แม็คโดนัล มาร์ร็อต ฯลฯ เข้ามาสู่ชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับดึงสำนึกร่วมของคนในชุมชนออกไปด้วยการกลืนสมาชิกในชุมชนให้อยู่กับความทันสมัยดังกล่าว อันจะนำมาซึ่งปัญหาทางสังคมและวัฒนธรรมที่จะเกิดขึ้นตามมาอีกเป็นจำนวนมาก

4)ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสีงแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นแม้ว่าการท่องเที่ยวบางประเภทที่พยายามคิดจลาว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หากแต่ไม่มีกิจกรรมในลักษณะของการสร้างจิตสำนึกดังกล่าวก็มีอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นการท่องเที่ยวชุมชนโดยแท้

5)ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ ทั้งในระดับนานาชาติ นานาภูมิภาค ที่ล้วนอยู่ภายใต้นานาชาติวัฒนธรรมโดยนัยนี้การท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม และไม่ว่าใคร "เจริญกว่า" และใคร "ด้อยกว่า" ดังเช่นเหตุผลของนักท่องเที่ยวบางประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางไปประเทศเพื่อนบ้าน ก็เพราะต้องการไปดู "ความล้าหลัง (กว่าตนเอง) เมื่อ 30 ปีที่แล้ว"

ข้อตกลงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์กรด้านการท่องเที่ยวแห่งภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (The Pacific Asia Travel Association: PATA) ซึ่งมีพันธกิจสำคัญร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิก คือ การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกให้มีคุณค่าและมีคุณภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้บรรดาประเทศสมาชิกของ PATA ที่มีกว่า 100 ประเทศ ได้ลงนามในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (APEC/PATA Code for Sustainable Tourism) เพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิก ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวมีสาระสำคัญดังนี้

1)อนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

(1)สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ถิ่นแหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์พืชพันธุ์สัตว์ที่อาจจะถูกกระทบกระเทือนจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

(2)สนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการค้นหา พื้นที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และกำหนดระดับในการพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง

2)ให้ความเคารพและให้การสนับสนุนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นโดย

(1)มีความเข้าใจในการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งบทบาทของเด็กและสตรีด้วย

(2)เปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมาร่วมปรึกษาหารือ ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นที่มีผลกระทบต่อชุมชน

(3) สนับสนุนช่วยเหลือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการค้นหาแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อประเมินระดับการพัฒนาให้เหมาะสมแก่พื้นที่และบริเวณใกล้เคียง

(4) อดหนุนงบประมาณ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการดำรงเอกลักษณ์และสร้างความภาคภูมิใจแก่ท้องถิ่น

3) นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้

(1) มั่นใจว่า มีการนำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมมาผนวกเป็นขั้นตอนหนึ่งในการวางแผนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว

(2) สนับสนุน ให้มีการติดตามตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

(3) กำหนดนโยบายและตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และ/หรือแนวทางการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับทุกส่วน (sector) ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(4) จัดตั้งองค์กรความร่วมมือ ที่รับเป็นที่ปรึกษาด้านการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างและการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงการท่องเที่ยว

4) สนับสนุน - ช่วยเหลือในพันธกิจการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

(1) สนับสนุนการปฏิบัติหรือกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวโดย

- ลดการปล่อยสารมลพิษและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อนุรักษ์และรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ
- จัดการของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- ควบคุมระดับความดังของเสียง
- ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรีไซเคิลและใช้วัสดุ ที่ย่อยสลายได้ธรรมชาติ

(2) กระตุ้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามนโยบายของท้องถิ่นภูมิภาค และของชาติ และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน

(3) สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในทุก ๆ กิจกรรมและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว

(4) สนับสนุน / กระตุ้น ผู้ประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

(5) สนับสนุนด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีงาม

5) ให้การศึกษา-ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

(1) สนับสนุนประเด็นเรื่องคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้าไว้ใน การศึกษา การฝึกอบรมและการวางแผนการท่องเที่ยว

(2) ส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในเรื่องความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมโดยการให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายที่เหมาะสม

(3) ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ การศึกษาวิจัยด้านผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว

6) ร่วมมือกับส่วนต่าง ๆ เพื่อให้สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมมีความยั่งยืน

(1) ร่วมมือกับบุคคลและองค์กรต่างๆ ในการร่วมกันปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนรวมทั้งการจัดทำดัชนีชี้วัดและการติดตามตรวจสอบ

(2) ปฏิบัติตามทุกอนุสัญญาระหว่างประเทศกฎหมายของประเทศและท้องถิ่นที่ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม

จะเห็นได้ว่าจริงๆ แล้ว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ก็คือ การเรียนรู้และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า แทนการท่องเที่ยวแบบพร่าผลาญที่มีมาตั้งแต่ในอดีต โดยเฉพาะในเมืองไทย ที่ใช้ทรัพยากรกันแบบฟุ่มเฟือยไร้ขีดจำกัด ผมคิดว่าคงจะถึงเวลาแล้วที่จะนำเอาแนวคิดดี ๆ เหล่านี้มาเริ่มปฏิบัติกันอย่างจริงจังให้เป็นรูปธรรมที่มันจับต้องได้ ไม่ใช่ให้กลายเป็นทฤษฎีที่สวยงามหรืออยู่แค่ในตำรา หรือดีแต่พูด ไม่มีการลงมือปฏิบัติ

➤ การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมากเป็นโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชนในชนบท และการจ้างงานในท้องถิ่น ภาครัฐจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของชุมชน โดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้การสนับสนุนให้องค์กรท้องถิ่นสามารถกำหนดนโยบาย เป้าหมาย แผนงาน และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นอิสระ โดยภาครัฐจะสนับสนุนด้านความรู้ ประสบการณ์ และงบประมาณอุดหนุนผ่านกลไกของรัฐในรูปแบบต่างๆ ปัจจุบันสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้ตั้ง “คณะ กรรมการประสานงานเชิงบูรณาการระหว่างกระทรวง

ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และคาดว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพราะเป็นการท่องเที่ยวแบบสร้างส่วนร่วมให้แก่ชุมชน สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชนของประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วยในด้านการตลาดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ยังเป็นกลุ่มเฉพาะ (niche market)

จุดแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

จุดแข็งซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือมี เป็น “ทุน” ไร่ และสำคัญที่สุดในการใช้ทุนเหล่านี้ขับเคลื่อนงานพัฒนา จุดแข็งที่เราได้ระดมความคิดผ่านเวทีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ สามารถแบ่งรายละเอียดออกได้ดังนี้

1) “ทุน” มองไปถึงทุนที่หลากหลายในพื้นที่ อันได้แก่ทุนทางด้านธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่กันเลยทีเดียว ทุนอีกประเภทหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการเรียนรู้เพื่อพัฒนา โดยจัดให้พื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่รูปธรรมในการเข้าไปศึกษาเรียนรู้ได้ เป็นพื้นที่ศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนนอกเป็นต้น

2) เครือข่ายและหน่วยงานที่สนับสนุนเกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนจำนวนมาก และหลากหลายกระบวนการพัฒนาภายใต้วิถีคิดเดียวกันของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” โดยการเอาชุมชนเป็นตัวตั้งในการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชนใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทำให้กระบวนการพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็ว และเป็นระบบ

3) กระบวนการเรียนรู้ ด้วยที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมายาวนาน และมีจำนวนชุมชนที่มีประสบการณ์ด้านนี้มาก กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นไปแบบธรรมชาติที่ชุมชนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน และส่วนหนึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านพื้นที่ที่ถูกจัดขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลผลิตของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นข้อมูลเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการขับเคลื่อนงานพัฒนาเชิงประเด็น

4) บุคลิกของคนท้องถิ่น ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งประการหนึ่ง ที่ทำให้กระบวนการพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ยากนักในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบธรรมชาติ และบุคลิกดังกล่าวมีผลต่อการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้ด้วย เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

จุดอ่อนของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

1) ด้านบุคลากร พบว่าคนทำงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นนักพัฒนาที่อยู่ในพื้นที่ และมีหลายบทบาทในหนึ่งคน (สวมหมวกหลายใบ) ดังนั้นการดำเนินการอาจล่าช้าไปบ้าง และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เวลาที่ไม่ลงตัวของคนทำงาน มีความเข้าใจในประเด็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังไม่เป็นไปตามแนวทางเดียวกันตลอดจนความรู้เรื่องสถานการณ์การท่องเที่ยวยังไม่ทันต่อสถานการณ์ข้างนอก

2) ชุมชน ปัญหาที่ถือว่าเป็นจุดอ่อนของชุมชนได้แก่ ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนอาจเกิดจากความเข้าใจหรือการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ การขัดแย้งกันเองในชุมชนเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ตลอดจนสภาพพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลกันมากก็อาจทำให้การรับรู้ข่าวสารไม่ทันสถานการณ์การพัฒนาชุมชนจึงไม่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงบริบทของนอก

3) การบริหารจัดการ สิ่งหนึ่งที่เป็นปัญหาสำคัญของชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวคือระบบการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนช้าหรือชะงักงันได้ ปัญหาอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ คือ การประสานงานที่ไม่ดีพอ ข้อมูลชุมชนไม่เพียงพอ ขาดกิจกรรมระหว่างเครือข่าย ความไม่เข้าใจระบบโครงสร้างการบริหารจัดการของสมาชิก ปัญหาเหล่านี้เป็นจุดอ่อนที่มาจากการบริหารจัดการที่ด้อยประสิทธิภาพแทบทั้งสิ้น

4) งบประมาณ ที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาขับเคลื่อนชุมชนเชิงประเด็น มาจากสาเหตุหลักๆได้แก่ การเข้าถึงแหล่งทุน ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถานการณ์ด้านงบประมาณเหล่านี้ถือว่าเป็นจุดอ่อนในการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

โอกาส

“โอกาส”เป็นปัจจัยจากภายนอกที่จะช่วยเอื้อหนุนให้เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้

ประการแรก คือ กระแสสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกรณีที่สังคมภายนอกเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนิยมการท่องเที่ยวเช่นนี้ ย่อมมีผลทำให้เกิดการสร้างเครือข่าย ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อมีผู้นิยมท่องเที่ยว ก็ต้องมีการสนองตอบความต้องการนั้น จึงทำให้เครือข่ายเกิดการพัฒนา

ประการที่สอง คือ นโยบายของรัฐให้การสนับสนุน ถ้าทางรัฐให้การสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและนโยบาย ย่อมทำให้เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการพัฒนามากขึ้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันทางภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาก เช่น โครงการวิจัยพัฒนาเครือข่ายก็ได้รับเงินสนับสนุนจากทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แม้แต่ ททท. ก็หันมาสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ชุมชนภายนอกรับรู้เกี่ยวกับชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่ามีสถานที่ท่องเที่ยว มีกิจกรรมและมีความน่าสนใจอย่างไรบ้าง ทำให้เกิดกระแสสังคมหันมาตื่นตัวและนิยมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กระแสความต้องการของคนในท้องถิ่นที่มีความต้องการให้เกิดเครือข่ายขึ้น ก็นับเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเอื้อหนุนให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นได้ ทั้งนี้ เนื่องจากคนในชุมชนนับเป็นบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ

อุปสรรค/ปัญหา

“อุปสรรค” ที่พบในการเกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของปัจจัยภายในเครือข่ายเอง กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงทำให้การสนับสนุนหรือการพัฒนาเครือข่ายทำได้ไม่เต็มที่และไม่ตรงเป้าหมายมากนัก เช่นเดียว กับกระแสของสังคมก็ยังไม่เข้าใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ชัดเจนนัก นอกจากนี้ระบบการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชนเองก็ขาดการวางแผนที่ดี ในขณะที่เดียวกันคนส่วนใหญ่ก็มองการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเชิงเศรษฐกิจมากกว่าจะมองในเชิงที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าชุมชนเองก็ไม่เข้มแข็งพอที่จะจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยตนเอง ส่วนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคและปัญหา คือ นโยบายของภาครัฐที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของคนในท้องถิ่นมากนัก และยังไม่มีความหมายที่จะมารองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกด้วย

ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เฉพาะเพื่อการท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อสังคมของประเทศ ส่งผลบวกต่อการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ควรต้องตระหนักว่า หากไม่มีการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ก็จะเข้ามาอยู่ในรูปแบบของสื่อที่หลากหลาย รวดเร็วและรุนแรง หากประเทศไทยชูเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรายได้ที่สำคัญของประเทศ สิ่งที่ชุมชน ต้องรับมือก็คือ การเตรียมชุมชนเพื่อรองรับปรากฏการณ์เหล่านี้

กระแสการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวทางเลือก กำลังได้รับความสนใจจากชาวยุโรป และประเทศที่ไผ่ฝันอยากมาเที่ยวเอเชีย นักท่องเที่ยวเหล่านี้มองเห็นภูมิปัญญาตะวันออกด้วยท่าทีที่สนใจ และเริ่มเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยมาในรูปแบบการท่องเที่ยวมากขึ้น การตลาดที่เหมาะสมสำหรับ การท่องเที่ยวโดยชุมชน(Community based tourism) จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะเชื่อมโยงให้เกิดความสมดุลระหว่างชุมชน (Host) และนักท่องเที่ยว (Guest) เป็นตัวที่ทำให้เกิดความเข้าใจ และเตรียมพร้อมสำหรับทั้งสองฝ่าย

กระบวนการพัฒนาหลักๆมีดังนี้

1) ตั้งวัตถุประสงค์ในการทำการตลาดให้กับชุมชนท่องเที่ยว ให้ชัดเจนว่าเพื่ออะไร และต้องการได้ผลผลิตใด ต้องทำความเข้าใจเป็นพื้นฐานก่อนว่า เมื่อเทียบรายได้กับการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass tourism) แล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community tourism) อาจไม่ใช่คำตอบ แต่หากเป็นไปเพื่อการพัฒนาชุมชนไทยโดยใช้กระบวนการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือแล้ว น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ

2) หาข้อมูลชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความพร้อมในการบริหารจัดการ พร้อมทั้งจะรองรับนักท่องเที่ยวได้ และสามารถเชื่อมข้อมูลกับโครงการวิจัยที่กำลังดำเนินการอยู่ (โครงการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) โดยนำข้อมูลมาจัดเป็นกลุ่มเพื่อง่ายต่อการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว นำประชาสัมพันธ์เชิงรุกในระบบตลาดได้

3) วางแผนการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ในส่วนนี้มีความสำคัญมาก เพราะชุมชนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาชุมชนเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นการบริหารจัดการในชุมชนเอง และส่วนอื่นๆ ได้แก่ พัฒนาศักยภาพด้านการสื่อความหมาย ผู้นำเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) ฯลฯ ซึ่งจะต้องพัฒนาให้ชุมชนพร้อมอย่างเต็มที่ และพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ควบคู่กันไป ซึ่งขณะนี้เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เกิดการรวมตัวกันของชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนแต่ละภาคเริ่มจับ เคลื่อนและเริ่มมีการมองการเชื่อมเครือข่ายระดับประเทศ (CBT. Thailand Network) โดยวัตถุประสงค์หลักๆคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกัน

4) เมื่อมีความพร้อมในประเด็นหลักๆเหล่านี้แล้ว จึงเชื่อมต่อไปยัง “การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว” ซึ่งโดยนิยามแล้ว คือ ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน โดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น บทบาทจะอยู่ใน 2 วิธี ได้แก่ การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

➤ ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนไทย

ผลด้านบวกของการท่องเที่ยวต่อชุมชน

1) ผลทางเศรษฐกิจ

(1) เกิดสร้างงานในชุมชน

เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน จะเกิดงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ ไกด์นำเที่ยว, ผู้จัดการท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารและการค้าปลีก

(2) เพิ่มรายได้ในชุมชน

มีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ส่งผลในการสนับสนุนธุรกิจในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยปกติแล้วที่ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องซื้อสินค้าและบริการของชุมชนที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยว ถ้าในชุมชนใด สินค้าและบริการไม่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องทำงานร่วมกับชุมชนในการปรับปรุงให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว

(3) ความหลากหลายทางเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวจะเพิ่มหลากหลายทางเศรษฐกิจของชุมชน ที่แต่ก่อนเศรษฐกิจ การทำมาหากินในชุมชนอยู่ในเศรษฐกิจประเภทเดียว เมื่อมีการท่องเที่ยวจะเกิดเศรษฐกิจ การทำมาหากินในรูปแบบใหม่ขึ้นในชุมชน สร้างความหลากหลายในการทำมาหากินของชุมชน

(4) โครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก

เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น จำเป็นที่ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว อาทิ ถนน ห้องน้ำสาธารณะ เป็นการพัฒนาชุมชนไปในตัว แต่การพัฒนาเหล่านี้ต้องเป็นผลด้านบวกต่อธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในชุมชน

(5) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมของชุมชน

นอกจากวิถีชีวิตของชุมชนที่มีรายได้หลักจากอาชีพเกษตรแล้ว กระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ถือว่าเป็นแหล่งรายได้เชิงเศรษฐกิจอีกแหล่งหนึ่งแม้ว่าไม่มากนักแต่ก็ถือว่าเป็นรายได้เสริม จากการบริการด้านที่พักแบบ Home Stay ที่รวมค่าบริการทั้งค่าที่พักและอาหาร การขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และรายได้จากกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแสดงวัฒนธรรมชุมชน ค่านำเที่ยว เป็นต้น รายได้จากกิจกรรมดังกล่าว บางส่วนถูกนำมารวมเข้าสู่กองทุนระดับชุมชนและมีการจัดสรรเข้ากองทุนท่องเที่ยวของหมู่บ้านต่อไป

2) ผลทางสังคม

(1) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการนำเสนอตัวตนของชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกใช้เป็นเครื่องมือในการบอกกล่าว วิธีที่แท้จริงของชุมชนให้ภายนอกรับรู้เพื่อสร้างความเข้าใจ โดยการชักชวนคนนอกในฐานะนักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ในชุมชน ตัวอย่างเช่น ชุมชนบนพื้นที่สูง ที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มักถูกตกเป็นจำเลยในสายตาของคนนอกกว่าเป็นผู้ทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติกรณีบ้านท่าเตี้ย อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน ชาวบ้านได้ใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการ

นำนักท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชนมีวัตถุประสงค์หลักคือ ให้คนภายนอกเข้าใจว่าไม่ที่ถูกต้องตามแม่น้ำสาละวินมาจากฝั่งพม่าไม่ใช่การตัดไม้ทำลายป่าที่เกิดจากฝีมือของชุมชน ส่วนกรณีของชุมชน ปกาเกอญอตำบลห้วยปูลิง อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน ก็ได้ใช้การท่องเที่ยวนำเสนอวิถีชีวิตปกาเกอญอ วิธีการทำไร่หมุนเวียนซึ่งเป็นวิถีการอนุรักษ์ เป็นการจัดการ

(2) การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี

กระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อก้าวเข้าสู่การจัดการที่พร้อมจะรับท่องเที่ยวได้ ชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้ตัวเอง โดยวิธีการจัดการความรู้ (Knowledge management) ระดับชุมชน และนำความรู้มาสื่อความหมายต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน กระบวนการเรียนรู้รากเหง้าตนเองของชุมชนในทุกแง่มุมตามกระบวนการนี้สร้างจิตสำนึกให้ชุมชนหันกลับมาให้ความสำคัญวิถีดั้งเดิมของชุมชน สร้างจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของ (Sense of ownership)

จุดเด่นประการหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ชุมชนนำเสนอ คือการช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟู และเสริมให้ชุมชนภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น ด้วยนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ใครรู้ และชุมชนได้นำเสนอผ่านวัฒนธรรมตามวิถีของชุมชน เกิดการรวมกลุ่มเพื่อเสริมความเข้มแข็งในชุมชนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้เกิดกลุ่ม แบ่งบทบาทหน้าที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวระดับชุมชน ในการบริหารจัดการกลุ่มเป็นโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันบ่อยครั้งมากขึ้นทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเกิดความ สัมพันธ์ผ่านการพบปะสังสรรค์ทางสังคม พร้อมเกิดกลุ่มใหม่ๆ (New Group) ขึ้นในชุมชน เช่น กลุ่มของที่ระลึก กลุ่มการแสดง กลุ่มไกด์ชุมชน เป็นต้น

(3) กระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน (Community Learning Process)

กิจกรรมผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งในระหว่างคนในชุมชน และระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้ข้ามศาสตร์นอกเหนือจากเรื่องท่องเที่ยวโดยเรียนรู้ในเอกลักษณ์ ในกระบวนการเรียนรู้ระดับคนในชุมชน เกิดจากการที่ชุมชนได้ค้นหาศักยภาพตนเอง รวบรวมองค์ความรู้ เรียนรู้ตนเองโดยผ่านกระบวนการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และใช้ข้อมูลมาเป็นองค์ความรู้ในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยว การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Interactive Learning Trough action) มีกระบวนการถอดบทเรียน (AAR: After Action Review) เสมอๆหลังจากรับนักท่องเที่ยวแล้ว และนอกจากจะมีการเรียนรู้โดยอาศัยการเรียนรู้จากองค์ความรู้เดิมแล้ว การรับองค์ความรู้ใหม่ก็สำคัญไม่แพ้กัน องค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวในระดับชุมชน เช่น ทักษะการสื่อความหมาย การบริหารจัดการ การสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศ เทคนิคการเป็นผู้นำเที่ยว รวมถึงการศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นเป็นกิจกรรมที่ชุมชนเรียนรู้เสมอ โดยส่วนใหญ่จะมีองค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการจัดวางรูปแบบการพัฒนาศักยภาพชุมชน สร้างโอกาสและช่องทางเรียนรู้ให้กับชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ระดับเครือข่าย ส่วนใหญ่จะเป็นการพบปะโดยใช้การประชุมเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสรุปบทเรียนร่วมกัน และปรึกษาหารือแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงตลาด การส่งนักท่องเที่ยวไปในชุมชนข้างเคียง ก่อให้เกิดการถ่ายทอดโอนความรู้ของคนในชุมชนแต่ละหมู่บ้าน ส่วนหนึ่งการจัดเวทีระดับเครือข่ายจะมีพี่เลี้ยงภายนอก

รูปธรรมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การจัดทำศูนย์การเรียนรู้ชุมชน อาจอยู่ในรูปแบบของศูนย์ข้อมูลของชุมชน และการนำองค์ความรู้ที่รวบรวมเข้าสู่ หลักสูตรท้องถิ่น นำมาใหเยาวชนได้เรียนรู้ชุมชนตัวเอง

3) ผลทางสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน กระตุ้นให้ชุมชนร่วมกันคิดหาหนทางและสร้างเครือข่ายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นจุดขายและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และเกิดรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นจุดขาย การได้สัมผัสธรรมชาติแบบใกล้ชิด เพื่อสื่อความหมายให้แก่ผู้มาเที่ยว เป็นโอกาสทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ และตระหนักถึงความสำคัญและวางแผนทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นต้นทุนที่ชุมชนมีอยู่รอบตัวมากขึ้น

ผลด้านลบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน

1) ผลกระทบของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ

(1) ค่าครองชีพสูงขึ้น ตามการท่องเที่ยวชุมชนที่เกิดขึ้น

ในพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เช่น จังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย เมืองพัทยา มักจะประสบกับปัญหาค่าครองชีพที่สูง ราคาสินค้า อุปโภคและบริโภคจะมีราคาแพงจึงส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบอาชีพในสาขาอื่น ๆ ที่มีรายได้ต่ำกว่าเช่น สาขาการเกษตร ซึ่งในระยะยาวราคาที่ดิน ค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่างๆ ในชุมชนจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(2) ปัญหาความไม่เสมอภาคในการมุ่งเน้นพัฒนาเฉพาะพื้นที่

การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การพัฒนาระบบไฟฟ้า ระบบการคมนาคมขนส่ง โทรศัพท์ สนามบิน มักจะดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น สำหรับในพื้นที่อื่น ๆ จึงอาจเกิดความรู้สึกเปรียบเทียบในแง่ของความไม่เสมอภาคในการพัฒนา ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าพื้นที่ใดที่มีได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมักจะถูกทอดทิ้ง ไม่ได้ได้รับการเหลียวแลเท่าที่ควร

(3) เกิดการเปลี่ยนมือเจ้าของธุรกิจชุมชน จากธุรกิจครอบครัวเป็นธุรกิจของนักธุรกิจนอกชุมชน

3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

1) ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและปัญหามลภาวะ

ลักษณะปัญหา สภาพแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม สกปรก มีขยะและสิ่งปฏิกูลเกลื่อนกลาดอยู่ตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสูญเสียความสมดุลทางธรรมชาติ เช่น แหล่งน้ำเน่าเสีย หาดทรายสีคล้ำลง มีเศษขยะมูลฝอยและสิ่งกีดขวาง พืชพันธุ์และสัตว์ป่าตามธรรมชาติถูกทำลายจนลดจำนวนหรือสูญพันธุ์ไปอย่างรวดเร็ว

ปัญหาน้ำเสียและขยะ เป็นปัญหามลภาวะสำคัญที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บังกะโล ร้านอาหาร ร้านค้า รวมถึงชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาอากาศเสีย ฝุ่นละออง เสียงจากยานพาหนะ ปัญหาต่าง ๆ นี้ นอกจากจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมคุณภาพและความสวยงามแล้ว ยังทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ ร่างกายและส่งผลต่อจิตใจในลักษณะที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญต่อผู้เข้าไปเยือน ไม่เกิดความประทับใจ และไม่ยอมมาเยือนซ้ำอีกในโอกาสต่อไป

2) ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์

ลักษณะปัญหา ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ รวมถึงการเข้าครอบครองและใช้ประโยชน์ในสาธารณะด้วย มีหลายลักษณะ เช่น การบุกรุกจับจองพื้นที่โดยไม่มีเอกสารสิทธิ์ หรือมีเอกสารสิทธิ์ที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย รูปการณ์ที่พบ คือ การจับจองพื้นที่ภูเขาหรือป่าสงวนเพื่อสร้างสถานที่ตากอากาศ การบุกรุกพื้นที่เกาะ ชายหาด และพื้นที่ป่าชายเลนเพื่อใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น และการบุกรุกพื้นที่แหล่งน้ำเพื่อสร้างเรือนแพที่พักหรือร้านอาหาร เป็นต้นอีกลักษณะหนึ่งที่เกิดขึ้น คือ การรื้อถอนที่สาธารณะที่ติดกับพื้นที่ของตน เช่น การรื้อถอนสร้างอาคารขึ้นลงไปบนแม่น้ำลำคลองหรือชายหาดสาธารณะ เป็นต้น ทั้งนี้รวมไปถึงการปลูกสร้างเพิงและแผงลอยในที่สาธารณะ เช่น เพิงขายอาหาร เครื่องดื่ม หรือแผงลอยขายสินค้าที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปทั้งชายหาด น้ำตก วัดและโบราณสถานต่าง ๆ

ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ เช่น การบุกรุกพื้นที่ป่าชายเลนหรือพื้นที่ป่าสงวนหรือพื้นที่อุทยานแห่งชาตินั้น ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะทวีมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมด้านทัศนียภาพและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สะดวก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาและเป็นการยับยั้งการบุกรุก

3) ปัญหาอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ลักษณะปัญหา การก่อสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างเกิดขึ้นตลอดเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและได้รับความนิยมสูง เช่น จังหวัดภูเก็ต เมืองพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ การก่อสร้างอาคารดังกล่าวมิได้มีการควบคุมด้านความสูง รูปแบบ ดังนั้น จึงก่อให้เกิดปัญหาทัศนียภาพเป็นอย่างมาก

ปัญหาอีกลักษณะหนึ่งที่เกิดขึ้น คือ การก่อสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้าง ที่มีลักษณะทำลายธรรมชาติดั้งเดิมของพื้นที่ รวมทั้งมีการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะขัดต่อสภาพธรรมชาติ ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เป็นการทำลายภูมิทัศน์ อันเป็นความงามและเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมไป

ปัญหาความแออัดในอาคารสิ่งปลูกสร้าง เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นมากในแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม ความแออัดดังกล่าวจะเป็นไปในรูปของเพิงขายอาหาร เครื่องดื่ม หาบเร่ แผงขายสินค้าของที่ระลึก และอาคารตึกแถว ซึ่งมีการก่อสร้างและจัดวางอย่างไม่เป็นระเบียบ ก่อให้เกิดทัศนอุจาด และที่สำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะเสื่อมโทรมเร็ว ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาเหล่านี้ เช่น การสร้างบาร์เบียร์ที่เกาะภูเก็ต และเกาะสมุย การสร้างตึกแถวหรือศูนย์การค้าติดกับวัดหรือโบราณสถานในตัวเมืองเชียงใหม่ เป็นต้น

4) ปัญหาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่คำนึงถึงสภาพแวดล้อมลักษณะปัญหา เช่น มีการถมที่ ถมทะเล หรือทะเลสาบ การสร้างถนนประชิดชายฝั่งจนเกินไป การตัดถนนผ่านพื้นที่ป่าชายเลน การขุดตักดินไปขาย การระเบิดหิน การสร้างเขื่อนในบางแห่ง ซึ่งก่อให้เกิดการพังทลายของดิน เกิดตะกอนในแม่น้ำหรือทะเล เกิดการทำลายสภาพภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติ และความสมดุลของระบบนิเวศ

ปัญหาต่าง ๆ ที่รวบรวมขึ้นดังกล่าว เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว จะพบว่าได้ก่อให้เกิดผลเสียต่าง ๆ เช่น เกิดความเสียหายหรือความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีแต่เดิม รวมทั้งคุณภาพของทรัพยากรนั้นจะค่อยลง เกิดมลภาวะทางน้ำ อากาศเสีย เกิดการสูญเสียของพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ป่าในท้องถิ่น เกิดการทำลายสภาพภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติ ตลอดจนหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพาะการติดต่อสัมพันธ์กัน ในยุคปัจจุบันที่สามารถกระทำได้อย่างกว้างไกล และรวดเร็ว ทั้งภายในสังคมและวัฒนธรรมเองซึ่งมีผู้คนเป็นผู้สืบทอดก็ย่อมจะมีความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตามความทันสมัยด้วย และเมื่อมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องก็จะกลายเป็นตัวเร่งให้เกิดผลกระทบในเชิงลบได้ ซึ่งพอจะสรุปประเด็นปัญหาสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

1) ปัญหาเพศพาณิชย์

ปัญหาเพศพาณิชย์มีพื้นฐานมาจากปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหานี้ได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลานานแล้วในสังคมไทยแต่เมื่อการท่องเที่ยวได้เติบโตและพัฒนาขึ้น ธุรกิจด้านนี้จึงมีอัตราการขยายตัวที่สูงตาม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทเข้าไปเป็นตัวเร่งให้ปัญหานี้เติบโตและลุกลามขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเพศพาณิชย์นี้หากพิจารณากันให้ลึกซึ้งจะพบว่ามิใช่ปัญหาอื่น ๆ ที่ร้ายแรงกว่าตามมาด้วย กล่าวคือ การเกิดกามโรค การแพร่กระจายของโรคเอดส์ ความเสื่อมทางศีลธรรม การล่อลวงผู้หญิงและเด็ก ยาเสพติด รวมไปถึงปัญหาการล่อลวงเพื่อชิงทรัพย์ เป็นต้น

2) ปัญหาอาชญากรรม

ปัญหาอาชญากรรมเป็นปัญหาเรื้อรังในสังคม ซึ่งมักจะเกิดขึ้นชุกชุมในสังคมเมืองที่เติบโตขึ้นอย่างไม่ค่อยมีระเบียบ เมื่อพิจารณาในแง่การท่องเที่ยวจะพบว่ารูปแบบของปัญหาที่เกิดขึ้น ได้แก่ การล่อลวงข่มขืนนักท่องเที่ยว การปล้นจี้ชิงทรัพย์การขโมยทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานีรถปรับอากาศ สถานีรถไฟ สถานีที่พักแรมและตามแหล่งท่องเที่ยว

3) ปัญหาการหลอกลวงเออาร์ดเอเปรียบนักท่องเที่ยว

ด้วยพื้นฐานทางความคิดของผู้ประกอบการบางรายที่ต้องการกอบโกยมุ่งเออาร์ดเอ เปรียบนักท่องเที่ยว เล็งเห็นแต่ประโยชน์ส่วนตนและคิดค้ากำไรเกินควร จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหานี้กลุ่มที่มักจะเป็นต้นเหตุของ ปัญหา เช่น กลุ่มไกด์ผี แท็กซี่ป้ายดำ รวมทั้งร้านขายของที่ระลึกบางรายที่อาจสมรู้ร่วมคิดด้วยกัน

4) ปัญหาหาค่านิยมที่ไม่ถูกต้อง

ปรากฏการณ์ในเรื่องการลอกเลียนแบบการบริโภค มุ่งให้ความสำคัญกับลักษณะการบริโภค นิยมตามอย่าง สังคมตะวันตก การให้ความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจและเงินตรา จนละทิ้งขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีและค่านิยมดั้งเดิม สิ่งเหล่านี้เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งหากจะพิจารณาและวิเคราะห์กันอย่างถี่ถ้วนแล้ว จะพบว่าสิ่งเหล่านี้เป็นไปตามกระแสเศรษฐกิจโลก มิได้เป็นสิ่งที่ผิดปกติจนเกินไป แต่ปรากฏการณ์เหล่านี้ควรจะได้มีการทบทวนและปรับแนวคิดดังกล่าวให้อยู่ในทิศ ทางที่เหมาะสมต่อไป

5) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมประเพณี

การหยิบยืมเอาเรื่องวัฒนธรรมประเพณีของไทยมาเป็นสิ่งดึงดูดใจ ให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ จำเป็นจะต้องระมัดระวัง ในเรื่องรูปแบบการเข้าไปมีส่วนร่วมเนื้อหาดั้งเดิมของวัฒนธรรมและประเพณีนั้น ๆ

ในช่วงที่ผ่านมา การนำวัฒนธรรมประเพณีมาเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือน นั้นมักจะ มุ่งเน้นไปในด้านการค้า ด้านความสวยงามแต่กลับลดความประณีต ดัดขึ้นตอนที่เห็นหัวใจหรือเนื้อหาของ วัฒนธรรมนั้น ๆ ไป การดำเนินงานมักจะเน้นเกี่ยวกับการจัดแสดงเพื่อโชว์ความตื่นตาตื่นใจให้นัก ท่องเที่ยวชม โดยละเลยถึงสาระที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นรวมทั้งคุณค่าที่แท้จริงที่มีต่อสังคมท้องถิ่น

6) ปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าของท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม บางอย่างของนักท่องเที่ยว เช่น การเปลือยกายอาบแดด การแต่งกายไม่สุภาพเข้าไปยังศาสนสถานหรือปูชนียสถาน หรือการกอดจูบกันในที่สาธารณะ การกระทำอันรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ จะก่อให้เกิดความขัดแย้งกับคนในท้องถิ่น เนื่องจากความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมและประเพณีบางประการ ปัญหานี้หากเจ้าของท้องถิ่นไม่พอใจมาก ๆ อาจถึงขั้นต่อต้านและไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกต่อไป

แต่โดยสรุป ปัญหาดังกล่าวในประเทศไทยนับว่ายังไม่รุนแรงมากเหมือนในประเทศอื่น ๆ ในช่วงที่ผ่านมา มีปรากฏบ้างบางพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมาก เช่น เมืองพัทยา เกาะสมุย จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

7) ปัญหาการลดคุณค่าของงานศิลปหัตถกรรม

คุณค่าของงานศิลปหัตถกรรมได้รับผลกระทบจากความเห็นแก่ได้ของผู้ผลิตและจำหน่าย โดยอาจลด มาตรฐานลงเพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด มีการลอกเลียนแบบศิลปหัตถกรรม โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพและคุณค่า สิ้นค้า เน้นไปในเรื่องของการค้ามากขึ้น ทำให้ผลงานทางศิลปะและฝีมือช่างหมดคุณค่าลงและเสียชื่อเสียงจนหมด ความนิยมไปในที่สุด

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

➤ ความหมายการตลาดท่องเที่ยว

ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) ได้ใช้หลักการเดียวกันกับความหมายของการตลาดทั่วไป ซึ่งมีนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายตามความเห็นของตนเอง ดังนี้

มิดเดิลตัน (Middleton, 1990) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน

การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการจัดการและสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งจำเป็นและสิ่งที่พวกเขาต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณค่าของสินค้ากับบุคคลอื่นด้วย (Kotler, Bowen & Makens, 1999)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ และซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว แล้วทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ผลกำไร ส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว

สุริย์ เข้มทอง (2555) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมหรือการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยต้องมีการวิเคราะห์ เข้าใจถึงความต้องการ ความจำเป็นของนักท่องเที่ยว และต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอีกด้วยจากข้างต้นสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความต้องการและความจำเป็นที่สะท้อนออกมาทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และเกิดการซื้อ โดยนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการ และส่งผลต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีรายได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการ ส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกันส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557); นิศา ชัชกุล (2557) และฉันทัช วรรณณอม (2554) ได้มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การตลาดการท่องเที่ยวจะสมบูรณ์ต้องประกอบไปด้วย 3 ส่วนประกอบดังนี้

1) ผู้ซื้อ (Buyer) คือ นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว จึงต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ โดยผู้ซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1) กลุ่มผู้ซื้อส่วนบุคคล คือ บุคคลที่ตัดสินใจและต้องการเดินทางท่องเที่ยว โดยการซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือการซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ซึ่งอาจจะติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต หรือติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย

1.2) กลุ่มผู้ซื้อองค์กร คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นหน่วยงาน สมาคม ห้างร้านต่าง ๆ โดยการให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้กับองค์กร ซึ่งผู้ซื้ออาจจะซื้อรายการนำเที่ยวให้ตนเองหรือให้ผู้อื่นก็ได้ เช่น การให้รางวัลพนักงาน การจัดประชุม เป็นต้น

2) สินค้าและบริการ (Product and Service) คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการซื้อ เพื่อที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ดังนี้

2.1) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้เป็นอย่างดี

2.2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว คือ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การติดต่อสื่อสาร ท่าอากาศยาน สถานีขนส่ง การขนส่ง สายการบิน ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3) ผู้ผลิต (Producer) คือ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น การเข้าพักที่โรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งสินค้าและบริการอื่น ๆ ในสายเดียวกันอีกมากมายจากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทั้ง 3 ส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพราะถ้าไม่มีผู้ซื้อ ก็ไม่มีผู้ผลิต และถ้าไม่มีผู้ผลิต ก็ไม่มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งได้แสดงความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว

➤ ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ โดย ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2557); บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) และฉันทัช วรรณอนอม (2554) ได้เห็นสอดคล้องกันว่า ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4Ps ได้แก่

1) สินค้า (Produce) คือ สินค้าและบริการการท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถทดลองใช้ก่อนได้ อาทิเช่น รายการนำเที่ยว เป็นต้น

2) ราคา (Price) คือ ราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เกิดจากการคิดและกำหนดราคา โดยราคาต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทาง และสามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม อีกทั้งราคาต้องสามารถแข่งขันกันกับคู่แข่งในตลาดได้ด้วย

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ส่งไปให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกที่สุด เพื่อทำการขายให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่าย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเร็วขึ้น และซื้อจำนวนมากขึ้น ประกอบด้วย การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้ง มิดเดิลตัน (Middleton, 1990) รวมถึง เคอร์ทซ์ และโคลว์ (Kurtz & Clow, 1998)ยังได้มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวจะต้องเพิ่มอีก 5Ps ดังนี้

5) บุคลากร (People) คือ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับตัวพนักงานที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้น พนักงานควรมีทัศนคติที่ดี และได้รับการอบรมมาอย่างดีด้วย

6) กายภาพ (Physical) คือ ลักษณะรูปแบบของตัวอาคารที่เป็นสำนักงาน บริษัทในการซื้อขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงบรรยากาศขณะการซื้อขายด้วย

7) การซื้อ (Purchasing) คือ กระบวนการเลือกสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และตัดสินใจซื้อ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวต้องมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการซื้อและการสรรหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เพื่อจะสามารถให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็วและซื้อมากขึ้นด้วย

8) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) คือ การนำสินค้าและบริการการท่องเที่ยวมาจัดรวมกันให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (All-inclusive Tour)

9) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) คือ การทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต และผู้ขาย เพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาซึ่งการเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากข้างต้น ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น สินค้า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย บุคลากร กายภาพ การซื้อ การจัดรวมผลิตภัณฑ์ ความร่วมมือทางธุรกิจ ทุกองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบอีกหนึ่งอย่างที่สำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะสามารถช่วยให้องค์ประกอบต่าง ๆ ดำเนินการไปได้ คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยการส่งเสริมการตลาดนั้น ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารทางตลาดแบบบูรณาการทั้งในรูปแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) (Mohammed, Fisher, Jaworski & Cahill, 2001) บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์อีกด้วย (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2551) ซึ่งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา คือ เครื่องมือสื่อสารสำคัญ ที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียว (วารุณิดันตังศวานิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัดจัน, พรพรหม พรหมเพชร, นิตยา งามแดน และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, 2545; จัตุรยาพร เสมอใจ, 2547 และธนวรรณ แสงสุวรรณ, 2547) ดังนั้น