

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเจาะลึกที่เน้นการศึกษาผู้คนที่หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลละเอียด ซึ่งให้เห็นความหลากหลายของชุมชน ทั้งลักษณะโลกาภิวัตน์ที่เข้ามา นโยบายรัฐและทุนที่หลากหลาย งานวิจัยนี้ชี้ว่าคนท้องถิ่นไม่ยอมจำนน บางกรณีสู้ได้ บางกรณีก็สู้ไม่ได้ทั้งในกรณีของโยมิตันและปาย ในกระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้ศึกษาได้จัดประชุมกลุ่มย่อยหลายครั้งในปาย ซึ่งเป็นครั้งแรกของปายที่มีการชักชวนคนต่างรุ่น ต่างกลุ่มกิจกรรม ต่างทุน ต่างระดับให้หันมาตระหนักต่อสถานการณ์ปาย ร่วมกัน แต่การร่วมกันคิดจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของปายได้หรือไม่ต้องมีการกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างพลังอำนาจชุมชน นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังพบว่า การไปฝังตัวในพื้นที่เป็นความจำเป็นในการศึกษาชุมชนทำความเข้าใจชุมชนที่เปลี่ยนแปลงเร็วและแรง

ผลการศึกษานี้ได้ประมวลความรู้พื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง หากนำไปสู่ขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) ที่ต้องมองการจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นทั้งระบบ โดยอาศัยการบูรณาการความรู้ท้องถิ่นที่มีอยู่ในตัวคนและบูรณาการระบบความสัมพันธ์ของคนในกับคนนอกที่มีจิตสำนึกร่วมในการพัฒนาและจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวท้องถิ่นของไทย ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

¹ โลกาภิวัตน์ยังทำให้ความเป็นมาตรฐานสากล กลายเป็นค่านิยมสากลที่ขยายตัวไปทั่วโลก หากพิจารณาในด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยก็มีนโยบายที่จะยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล ตามที่ระบุไว้ในนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 แนวคิดของค่านิยมสากลได้ขยายผลไปสู่การวางนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ค่านิยมที่ต้องการยกระดับการบริการให้เป็นมาตรฐานสากล ทำให้มีการขยายตัวของการลงทุนข้ามชาติของธุรกิจท่องเที่ยวหวังที่จะเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันธุรกิจ ในท้องถิ่นที่ทำที่ว่าจะสู้คู่แข่งไม่ไหว จะหาพันธมิตรข้ามชาติที่คิดว่ามีมาตรฐานสากลด้านการบริการมาร่วมทุนหรือการรวมกิจการระหว่างประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท บริษัท สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ทำให้เกิดความแข็งแกร่งทางธุรกิจและการขยายเครือข่ายทางธุรกิจที่ครอบคลุมและครบวงจรซึ่งเป็นปรากฏการณ์ของโลกในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่เข้มข้นขึ้นในอนาคต การขยายตัวของธุรกิจในลักษณะดังกล่าวได้กดดันให้ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและ

ขนาดย่อมของไทยต้องปรับตัวเพื่อการอยู่รอดและในบางครั้งก็ได้ทำลายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจท่องเที่ยวของไทยด้วยตัวเอง

² Mass Tourism เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยมีมาตรฐานปานกลาง และมีราคาค่าใช้จ่ายที่แน่นอน มีลักษณะ 4 ประการคือ 1. มีระดับมาตรฐานปานกลาง 2. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แน่นอน ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ 3. สามารถจัดเข้าพร้อม ๆ กันได้และรับนักท่องเที่ยวที่ละจำนวนมาก และ 4. มีตลาดลูกค้าทั่วไปไม่จำเพาะ เป็นรูปแบบของแพคเกจทัวร์ในยุคนี้ เพราะค่าใช้จ่ายน้อย และช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องกังวลกับเรื่องภาษาที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว แต่ความนิยมกำลังจะหมดไป เพราะการแข่งขันเรื่องราคา และการจัดการที่ไม่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม mass tourism ไม่ได้ขยายภาพให้เห็นผลกระทบการท่องเที่ยว

³ แนวคิด machi zukuri (การสร้างบ้านแปลงเมือง) Ikeda Jun (2000:iii-iv) ให้นิยาม machi zukuri โดยอธิบายคำว่า machi³ ในความหมายนี้ว่าเป็น "พื้นที่ (space) ที่ใช้สร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น" ซึ่งเราจะประเมินจาก "คุณค่าของความเป็นลักษณะเฉพาะที่ไม่มีในที่อื่น" "ความเป็นของแท้ (authenticity)" หรือไม่ก็ประเมินจาก "ผู้รับผิดชอบศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ" คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ขึ้นอยู่กับการค้นพบ "ทรัพยากรที่สำคัญที่สุด" จากวิธีการดำเนินชีวิต และจัดวางตำแหน่งของทรัพยากรนั้นให้ไปกับการพัฒนาและปฏิรูปทุกด้านของสังคมท้องถิ่น เช่นด้านวัฒนธรรมสังคมท้องถิ่น ระบบ ปรัชญาแนวคิด การเมือง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ระบบราชการ เป็นต้น ดังนั้น "machi zukuri" หมายถึง การจัดกิจกรรมเพื่อค้นหาทุก ๆ ด้านของความเป็นท้องถิ่น จัดวางรูปแบบ จัดทำให้เป็นรูปร่าง และประเมิลผลที่ได้ดำเนินการนั้นจึงไม่ใช่เป็นการจัดงานเทศกาล (event) อย่างผิวเผินเพียงเพื่อชักชวนให้คนมารวมกันมาก ๆ "machi zukuri" เป็นพื้นที่ (space) เชื่อมต่อของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น กับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยแนวคิด "การสร้างบ้านแปลงเมือง" โดยใช้ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจ แนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นโดยหลักการแล้วเป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน กับ Non Profit Organization (NPO) ไม่ได้เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ของผู้ดำเนินการภาคทุนหรือภาครัฐ (Ikeda Jun, 2000, pp. 7-8)

⁴ หมายถึงกลุ่มที่ต้องการความอิสระในเวลาช่วงหนึ่งของชีวิต เพื่อปลดปล่อยตัวเองจากชีวิตในสังคมประเทศที่พัฒนาแล้ว เป็นกลุ่มที่มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกลุ่มฮิปปีแต่กลุ่มนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่รับผิดชอบตัวเองได้

⁵ “บริษัทเจทีบี” เป็นบริษัทชั้นนำที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นบริษัทใหญ่ที่มีเครือข่ายทั่วประเทศ เป็นบริษัทที่แปรรูปจากหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านบริการให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาญี่ปุ่นทำงานภายใต้กระทรวงรถไฟ มาตั้งแต่ทศวรรษ 1920 และหลังสงครามโลกครั้งที่สองเริ่มมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวแบบมหาชนภายในประเทศและขยายเครือข่ายบริษัทไปทั่วโลกเพื่อจัดการให้บริการแก่กรุ๊ปทัวร์ญี่ปุ่น โดยการจัดการบริการแบบครบวงจรโดยการทำสัญญากับกลุ่มธุรกิจบริการทุกเช็กเตอร์ที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ บริษัทเจทีบียังมีหน่วยงาน Japan Travel Bureau Foundation ที่สร้างองค์ความรู้ด้านท่องเที่ยวชั้นนำตลาดการท่องเที่ยว ชี้้นำผู้บริโภคในญี่ปุ่น ทำวิจัยให้คำแนะนำการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และการยกระดับคุณภาพการบริการให้แก่หน่วยงานรัฐระดับประเทศ และรัฐระดับท้องถิ่น และภาคธุรกิจบริการอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยว