

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยและพัฒนาความเข้มแข็งชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่โครงการ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.1) ข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว
- 2.2) นโยบายและแผนการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา
- 2.3) แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2.4) แนวคิดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 2.5) แนวคิดในการฝึกอบรม
- 2.6) แนวคิดความเข้มแข็งของชุมชน
- 2.7) แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน
- 2.8) แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- 2.9) กรอบแนวคิดการวิจัย

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1. ข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

2.1.1. ความหมายการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่สอง การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่การบีบบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม ประการที่สามเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (สุวจน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส, 2545: 71) ในทำนองเดียวกัน ประยูร ศาสรี (มปป.: 415-417) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติที่

นอื่งก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว โดยหลักการแล้วอาจกำหนด โดยเงื่อนไขสามประการคือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (temporary) เดินทางด้วยความสมัครใจ (voluntary) เดินทางไปด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ ในทำนองเดียวกัน เสกสรรคฺ ยงวณิซฺ (2536: (1-11)) กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหา รายได้ สอดคล้องกับ มล.คฺยฺ ชุมสาย และณิพนฺ พรหมโยธี (2527: 2) ได้ให้ความหมายการ ท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว (tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง ไม่ใช่เฉพาะเพียงการเดินทาง พักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ ดังที่ส่วนมากเข้าใจกันเท่านั้น การ เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ เพื่อการศึกษา ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ในปี 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ระหว่างประเทศขึ้นที่กรุง โรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากคำว่า การ ท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่าวแล้ว จึงสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยว และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง “การเดินทางเพื่อความ บันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไป พำนักอยู่เป็นการถาวร” พร้อมทั้งให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourists) คำว่า “ผู้มาเยือน” มีความหมาย 2 ประการ คือ 1) นักท่องเที่ยวที่ ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อนพักผ่อน ทัศนศึกษาประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น 2) นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (นักทัศนจร หรือ Excursionists) ได้แก่ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง ประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นนี้เป็นหลักในการจดนับสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ” ซึ่งสรุปแล้ว หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนัก อยู่ครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมงและไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดิน ทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรม ดังนี้ 1) มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ 2) มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ 3) มาเพื่อ ติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้ 4) มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อย กว่า 1 คืน พร้อมกันนี้ได้กำหนดค่านิยมของ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเดินทางจากจังหวัด

ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของคนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายในการทำงานหารายได้และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 90 วัน” (ประยูร ศาสรี, 2528: 415-417)

โดยสรุปแล้ว การท่องเที่ยวจึงหมายถึง การเดินทางเพื่อการนันทนาการ ไปพักในสถานที่อื่นชั่วคราว แต่มีค่าใช้จ่ายเป็นการพำนักอยู่ถาวร ภายใต้งบประมาณสามประการ คือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (temporary) เดินทางด้วยความสมัครใจ (voluntary) การเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ นอกจากนี้ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549: ระบบออนไลน์) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า ในปัจจุบันสภาวะการณ์ทั่วโลกกำลังประสบกับปัญหานานัปการ เช่น ปัญหาประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร วัตถุดิบและพลังงานต่างๆ ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อไปทั่ว ประเทศไทยเองก็กำลังประสบปัญหาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน ทั้งปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน ด้านผลิตผลทางการเกษตรก็เริ่มมีปัญหามากขึ้นทั้งขีดจำกัดด้านฤดูกาล พื้นที่เพาะปลูก และปัญหาการตลาดในการส่งออก เป็นต้น แต่ทว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการเกี่ยวด้วยการนันทนาการกลับทวีบทบาทสูงมากยิ่งขึ้น นอกจากจะสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวนมากแล้ว ยังช่วยในการสร้างงานและช่วยกระจายความเจริญออกไปสู่ส่วนภูมิภาคได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry) ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พัก อาหาร และธุรกิจการนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง คือ บริการ กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ซึ่งได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม และหัตถกรรม เป็นต้น

การซื้อขายสินค้าและบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งออกสินค้าออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานอาชีพอีกหลายแขนง และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอีกด้วย นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2549: ระบบออนไลน์) ดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกประเภทอื่น ๆ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้ มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่นในปี พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 558,821 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 235,337 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพ โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม คนทำไร่ทำนาปีละประมาณ 5-6 เดือน ยังมีเวลาว่าง แม้แต่ฤดูทำนาทำไร่ก็มิมีวันว่างอยู่ไม่น้อย อาชีพที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหาร ไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยว ถ้ามีเรือก็อาจนำมาดัดแปลงเป็นเรือนำเที่ยว เป็นต้น

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น จากการวิจัย การสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1 คน จะมีส่วนสร้างงานทั้งทางตรงและ ทางอ้อมเฉลี่ยประมาณ 1 คน เช่นกัน

5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใด ก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตผลพื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรม แต่จะกระจายออกไปยังผู้เลี้ยงไก่ ผู้ปลูกผัก ฯลฯ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้ว่าจะเป็นรายได้เล็กน้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือ Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ Multiplier Effect ของการท่องเที่ยวที่เคยสำรวจในประเทศไทยมีค่าทวีประมาณ 2.06 เท่า กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวเอาเงินมาใช้ 100 เหรียญ เงินนั้นจะกระจายไปกระตุ้นให้เกิดการ

ผลิตในสาขาต่าง ๆ 2.06 เท่าตัว นั่นคือ เงิน 100 เหรียญ จะหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 2.06 เหรียญ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่า Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ.2527 กระนั้นก็ดี นักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการทางการขนส่งที่สามารถบรรจผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อน และการท่องเที่ยวเป็นเรื่องความพอใจของแต่ละบุคคล และแม้องค์การ สหประชาชาติยังถือว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนกับการปลูกข้าวปลูกพืชอย่างอื่น ถ้าฝนไม่ตกบางที่ก็ปลูกไม่ได้ แต่เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืน ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่น การผลิตด้านเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องการลงทุนและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจาก องค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจังที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังกมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ระหว่างคนไทยด้วยกันเอง และอวดชาวโลก เมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมดังกล่าว เจ้าของ

ท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในแง่ของการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวและช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาค

ต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศ ก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็จะต้องมี ผู้ลงทุนในหลาย ๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไป ที่ใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ รัฐได้ตระหนักดีในเรื่องนี้ ดังจะเห็นได้ว่าได้มีคำสั่งให้มีการจัดตั้งหน่วยตำรวจเฉพาะกิจให้ดูแลนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ คือ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อให้ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหา สู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง เป็นการช่วยจรโลงสันติภาพแก่โลก

12. การท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดความรัก ความผูกพัน ความเข้าใจดีต่อกัน ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ดังเช่น ที่นักท่องเที่ยวหลายรายที่เคยมาเยือนไทยแล้วมักจะกลับมาอีก เพราะมีความประทับใจในอัธยาศัยไมตรีของคนไทย วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ หรือทิวทัศน์ที่สวยงาม และยังนำไปสู่การช่วยเหลืออุดหนุนทางการเงินจากหน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานระหว่างรัฐเพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ ดังเช่น ที่ไทยได้รับเงินอุดหนุนจากกองทุนมรดกโลกเพื่อทำนุบำรุงทุ่งใหญ่นเรศวร ห้วยขาแข้ง อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

13. การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโตขึ้น ทำให้ รัฐต้องอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และปลอดภัย จึงต้องมีการก่อสร้างถนนหนทาง การประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การสื่อสาร

คมนาคม สนามบิน อันมีผลดีต่อส่วนรวมของประเทศ ประชาชนในท้องถิ่นได้รับความสะดวกสบายไปด้วย

14. การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต้องนำเงินไปใช้จ่าย ทำให้ประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีรายได้จากการขายของที่ระลึก อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก การบริการรถรับส่ง การผลิตผลไม้ไม้ไผ่เพื่อส่งลำน้ํา การนำช่างมาบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น การมีอาชีพที่มั่นคง และมีรายได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น จึงช่วยลดการอพยพไปหางานทำต่างถิ่น หรือในเมืองหลวงได้

15. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นการคิดค้นนวัตกรรมส่วนเกิน มาผลิตให้เกิดรายได้เพิ่มพูน เช่น การผลิตสินค้าที่ระลึกจากเปลือกไม้ เปลือกหอย เศษผ้า เศษหนัง รังไหม กระจาด พาง กระจาดหนังสือพิมพ์ ดินเหนียวที่ใช้ปั้นตุ๊กตาหรือทำวัสดุอื่น ๆ เศษพางที่ประดิษฐ์เป็นรูปนกต่าง ๆ สามารถทำให้จังหวัดชัยนาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้ ปัจจุบันนี้มีผู้นำกระจาดหนังสือพิมพ์มาทำกระเป๋าและเครื่องใช้ที่สวยงาม รวมทั้งทำพวงหรีด ทำให้ช่วยลดปัญหามลพิษจากโฟมได้ด้วย นอกจากการคิดค้นสิ่งใหม่แล้วยังนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสินค้าอื่น ๆ ให้ดีขึ้น ทำให้เป็นที่นิยมและขายได้ราคาดีขึ้น

16. การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เป็นผลให้มีกิจกรรมอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี ธรรมชาติ โบราณสถาน หรือประเพณีที่แปรเปลี่ยนไปก็ได้รับการฟื้นฟูส่งเสริมจากรัฐ และมีการจัดเทศกาลที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้อย่างน่าภาคภูมิใจ เช่น ประเพณีนบพระเล่นเพลงของจังหวัดกำแพงเพชร งานพระนครคีรีจังหวัดเพชรบุรี งานประเพณีชักพระจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

17. การท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ทางการศึกษา การค้นคว้าแหล่งเที่ยวนั้น ๆ ทำให้มีโลกทัศน์กว้างขวาง เช่น การผลิตสารคดีท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม แม่น้ำหวงเหอ เที้ยว แลปป์แลนด์ หรือสารคดีอินโดจีน ที่เป็นเรื่องราวของประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา สารคดีชุดแม่น้ำในไทย ล้วนแต่ให้ความรู้อย่างลึกซึ้งกว้างขวาง

18. การท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็ว เช่น การพัฒนายานพาหนะประเภทเครื่องบินให้บรรจุคนได้มากขึ้น สามารถขับเคลื่อนด้วยความเร็วสูง ใช้ระยะบินขึ้นลงตามทางวิ่งในระยะสั้น มีระบบการควบคุมการจราจรทางอากาศที่ทันสมัย หรือรถยนต์โดยสารสามารถปรับเอนได้กว้าง หรือเป็นรถสองชั้นที่เดินทางได้มากขึ้น มีการผลิตเครื่องขายอาหารเครื่องดื่มแบบอัตโนมัติ คอมพิวเตอร์เปลี่ยนภาษา กล้อง

ถ่ายรูปลัดโนมัติ ระบบการธนาคารเงินรูค ระบบเงินจิม ระบบการโอนเงิน ระบบการเคลื่อนย้าย
สัมภาระ ระบบทางเลื้อนอัดโนมัติ ระบบการสำรองที่นึ่งด้วยคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 88-89) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวสรูป
ได้ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ
จำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเป็นอันดับ 1 เมื่อ
เปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ
จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

2) รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนใน
ระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค
เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึง
ภูมิภาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่ง
อำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่าง
กว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากร
ของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้า
พื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ทุก
เวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

6) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียน
ภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ ของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็น
การลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากร
ประเภทต่าง ๆ

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

1) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ
ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้าสรคความเจริญทางสังคมให้
เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการ

แก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้ผู้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

4) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

5) การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

1) การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

2) การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ค้นคว้า ปรึกษาหา พึ่งพาอาศัยกัน ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

ในทำนองเดียวกันกับศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2549: ระบบออนไลน์) กล่าวว่ามีการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่ยืนยันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาล และได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยังมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยังทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ หลากหลายกันไม่ว่าเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการ และเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้เคยเห็น การเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมอันเป็นส่วนบุคคลเหล่านี้ได้เติบโตรวมกันเป็นกลุ่มก้อนขึ้น จนกระทั่งต้องอาศัยเทคนิควิชาการเฉพาะ การวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด รวมเข้าแล้วเรียกว่า “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่าง

มากต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่งธุรกิจที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงก็คือ การบริการสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรม เป็นต้น วัตถุประสงค์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรมโบราณวัตถุสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดจนวิธีการดำเนินชีวิตและรวมถึงความร่วมมือร่วมใจของเจ้าของท้องถิ่นในการให้ความเป็นมิตรไมตรีแก่ผู้มาเยือนซึ่งล้วนเป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่สิ้นเปลืองหรือหมดสิ้นไป จึงนับเป็นอุตสาหกรรมประเภทที่ใช้วัตถุประสงค์ได้เปรียบกว่า อุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมประเภทเดียวที่จำเป็นต้องใช้แรงงานคนในงานด้านบริการมากที่สุดและไม่จัดเป็นอุตสาหกรรมประเภทที่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะในกรณีการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์ จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนง ก่อให้เกิดการกระจายงาน กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาตินอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 8 (2549: ระบบออนไลน์) กล่าวในทำนองเดียวกันว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยตา (invisible export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศการผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมากนอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีกรนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นที่ระลึกสำหรับ

นักท่องเที่ยวยิ่งสร้างรายได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมือง มีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมารายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็น รายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาท นั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวางสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวเช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดีหรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรงเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้านการใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหารซื้อผลิตผลพื้นเมืองและหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่กระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีกำไรใช้วัสดุพื้นบ้าน มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กน้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ
6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายอาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือเมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี พ.ศ.

2527 กระทั่งนักวิชาการทางท่องเที่ยวก็ยังคงเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นเพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลก จะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงดังแต่ก่อนเท่านั้น การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การ สหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิตเพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่นตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืน ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

8. ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่เดิมนับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศที่ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นที่นั้นๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเขาไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

12. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยการเดินทางไปมาหาสู่กันผลก็คือความสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ก็ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

สอดคล้องกับ ประยูร ศาสรี (2528: 417-422) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงได้แก่ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือบริการ กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งได้แก่การผลิต สินค้าเกษตรกรรม และหัตถกรรมเป็นต้น วัตถุประสงค์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ความสวยงาม ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนการดำเนินชีวิต ประกอบกับความร่วมมือร่วมใจของเจ้าของท้องถิ่นในการให้ความเป็นมิตรไมตรีแก่ผู้มาเยือน ซึ่งล้วนเป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่สิ้นเปลืองสูญเสีย

การซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าส่งออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานอาชีพอีกหลายแขนง และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอีกด้วย นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของถิ่น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

1) **บทบาททางด้านเศรษฐกิจ** อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ ในรอบ 6 ปีที่ผ่านมา รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 4,538 ล้านบาทในปี 2518 เป็น 17,765 ล้านบาทในปี 2523 ในอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 33.06 และเป็นรายได้ที่สูงเป็นลำดับสองรองจากข้าว รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน กล่าวคือ แม้ว่าในปี 2518 ประเทศไทยขาดดุลการค้า 20,161.2 ล้านบาท ในปี 2519 ขาดดุล 11,084.9 ล้านบาท ในปี 2520 ขาดดุล 25,598.8 ล้านบาท ในปี 2523 ขาดดุล 57,984 ล้านบาท แต่ดุลทางการท่องเที่ยวกลับมียอดเกินดุลอย่างสม่ำเสมอตลอดมา กล่าวคือ มียอดเกินดุลเป็นจำนวน 1,803 ล้านบาทในปี 2518, 108.7 ล้านบาท ในปี 2519, 1,423.3 ล้านบาท ในปี 2520, 5,315.0 ล้านบาทในปี 2521, 6,584.1 ล้านบาท ในปี 2522 และ 12,776.1 ล้านบาทในปี 2523 จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายนการเสียเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก

2) **บทบาทด้านสังคมและการเมือง** ดังที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่ารายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะกระจายออกไปสู่หลายอาชีพและท้องที่ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวจะช่วยให้ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้นจากการลงทุนเปิดกิจการอันเป็นผลให้มีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น และต้องการวัตถุดิบปัจจัยที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งด้านสินค้าของที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครอบครัว และหัตถกรรมที่ประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ จะสามารถใช้เวลาว่างผลิตจำหน่ายเป็นรายได้เพิ่มเติมจากรายได้หลัก การมีช่องทางทำอาชีพในท้องถิ่นอันเป็นบ้านเกิดของตนเช่นนี้ จะช่วยลดอัตราการเคลื่อนย้ายถิ่นที่อยู่ได้ ในขณะที่เดียวกันก็ยังเป็นการช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนส่งเสริมด้านการช่างฝีมืออันเป็นสัญลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย

ในด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีนั้น สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ระหว่างคนไทยด้วยกันเองและอวดชาวโลก เมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมดังกล่าวเจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในแง่ของการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวและช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

สำหรับคนไทย เมื่อได้เดินทางท่องเที่ยวได้พบเห็นภูมิประเทศอันสวยงาม ได้ซาบซึ้งถึงวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ความรักความหวงแหนในแผ่นดินและมรดกทางวัฒนธรรมดียิ่งกว่าคำขวัญหรือสิ่งปลูกใจใด ๆ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมประเพณีมีส่วนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด และต่างก็มีอิทธิพลส่งเสริมซึ่งกันและกัน

ในด้านนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น ถือได้ว่าเป็นการสังสรรค์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรมเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้มาพบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชหัตถเลขาตอนหนึ่งว่า

“ไม่มีสิ่งใดซึ่งจะทำให้ชาติหนึ่งต่อชาติหนึ่งเกิดความไมตรีต่อกันแลกันยิ่งกว่าซึ่งต่างได้รู้จักกันแลกันเป็นอย่างดี”

สหประชาชาติก็ยอมรับและสนับสนุนในปี 2510 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวสากล โดยมีคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเป็นสื่อไปสู่สันติภาพ”

เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสามัคคีของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่แท้จริงอันเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพให้เกิดขึ้นแก่โลก

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงได้ถือว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักที่สำคัญประการหนึ่ง และรัฐบาลได้พยายามจัดวางมาตรการและขบวนการที่ถูกต้องในการวางแผนดำเนินงาน เพื่อขยายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้นในอนาคต

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันของทุกฝ่ายในชาติอย่างกว้างขวาง นอกจากจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น หาดทราย ชายทะเล ภูเขา น้ำตก สภาพลมฟ้าอากาศและทิวทัศน์ที่สวยงาม หรือมีสิ่งสวยงามที่มนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น วัดวาอาราม ปราสาท พระราชวัง โบราณสถาน ตลอดจนมีประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียม ประเพณีและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนที่น่าสนใจแล้ว ความร่วมมือร่วมใจกันของรัฐบาลกับธุรกิจเอกชนและประชาชนในชาตินับว่าเป็นเรื่องสำคัญ โดยในด้านประชาชนจะต้องให้ความอบอุ่นและให้ความเป็นมิตรแก่ผู้มาเยือน ไม่ฉวยโอกาสเอารัคเอาเปรียบหรือข่มเหงรังแกทำร้ายนักท่องเที่ยว ในด้านธุรกิจเอกชนผู้ประกอบการอาชีพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ต้องพยายามลงทุนก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานและมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ การลงทุนก่อสร้าง โรงแรม จัดตั้งบริษัทนำเที่ยวบริการขนส่งนักท่องเที่ยว บริการร้านค้าของที่ระลึก ตลอดจนการลงทุนเพื่อสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นใหม่ เป็นต้น การลงทุนเพื่อจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังกล่าวนี รัฐบาลประสงค์ที่จะให้เอกชนเป็นฝ่ายพิจารณารับผิดชอบต่อดำเนินการ โดยรัฐบาลจะไม่ดำเนินการเสียเองในลักษณะที่เป็นการแข่งขัน

ทางภาครัฐบาลนั้น โดยหลักการรัฐบาลมีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่หลายประการ อาทิ การพิจารณาช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองและการพำนักอยู่ในประเทศของนักท่องเที่ยว การเผยแพร่โฆษณาประเทศให้เป็นที่สนใจแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป การสร้างสรรค์ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ การอนุรักษ์ฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว การสร้างปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) เช่น การสร้างถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบกำจัดน้ำเสีย ระบบการจัดเก็บขยะ โทรศัพท์ การคมนาคมขนส่ง และบริการรักษาพยาบาลในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้เอกชนมีการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การประสานงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง การคุ้มครองป้องกันและจัดระเบียบธุรกิจท่องเที่ยว ตลอดจนการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ฉะนั้น จึงนับว่ารัฐบาลจำต้องมีบทบาทที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติอยู่เป็นอันมาก และเกือบทุกขั้นตอน รัฐบาลและเอกชนจึงต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดและจริงจังในการที่จะระดมทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่ผสมผสานให้สอดคล้องกัน มีการวางแผนงานด้านการพัฒนาสถานที่

ท่องเที่ยว และป้องกันความเสียหายหรือความเสื่อมโทรมของทรัพยากร มีการวางระเบียบและกฎหมายเพื่อคุ้มครองให้นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นธรรมและความปลอดภัย มีการเตรียมการด้านกำลังคนที่จะปฏิบัติงานในธุรกิจการท่องเที่ยว มีการเข้าดำเนินการลงทุนในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเสียเองในกรณีที่เป็น ควบคู่ไปกับการเผยแพร่โฆษณาประเทศ และการสนับสนุนการลงทุนโดยเอกชนที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นงานที่กว้างขวางเกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐบาลและธุรกิจเอกชน มีปัญหาหลายอย่างที่จะต้องแก้ไขทั้งโดยเร่งด่วนและระยะยาว การจะส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้บังเกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจของประเทศอย่างจริงจังจำเป็นต้องดำเนินการอย่างจริงจังด้วย และรัฐบาลเองก็ได้ตระหนักถึงประโยชน์และความจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานใดๆ ทั้งทางภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้ เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของชาติในอนาคตอย่างสูงที่สุด (ประยูร คาศรี, 2528: 417-422)

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2546: 9-13) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไปในการทำงานเองเดียวกันว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคมโลกดังต่อไปนี้

1. **ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ** อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยอ้อมสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึง สร้างรายได้ให้แก่ประเทศต่าง ๆ อย่างมากมาย ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ รายได้ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าและบริการนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ
2. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ** การลงทุนจากต่างประเทศทำให้เกิดการเพิ่มปริมาณของกระแสการเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ เกิดการกระจายรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตเป็นสังคมเมือง เช่นการสร้างโรงแรม การสร้างสนามบิน เป็นต้น
3. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** ภูมิภาคหรือท้องถิ่นใดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ท่าเรือและโทรศัพท์ โครงสร้างพื้นฐานดังกล่าว

นอกจากอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ประชากรในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ได้รับความสะอาดในการดำรงชีวิตอีกด้วย

4. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ** ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเหล่านั้นต้องมีปริมาณเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักผ่อน การขนส่ง การเกษตร การผลิตอาหารสำเร็จรูป การก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และร้านค้าประเภทต่าง ๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดมากเท่าใด สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องสร้างให้เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้มีความเจริญเติบโตภูมิภาคและท้องถิ่นนั้น ๆ

5. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น** ในระยะเวลา 20 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2513 – 2533 การเดินทางท่องเที่ยวของโลกขยายตัวจาก 169 ล้านคน เป็น 430 ล้านคน ปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 169 เปอร์เซ็นต์ รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 18 ล้านเหรียญสหรัฐเป็น 250 ล้านเหรียญสหรัฐ สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกิดการจ้างงานถึง 9.6 เปอร์เซ็นต์ทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2528 ในประเทศสหราชอาณาจักร มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึง 1.38 ล้านคน และเพิ่มขึ้นถึง 1.5 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2533 (Mill, 1990:3) จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น โรงแรม ภัตตาคาร พิพิธภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้บริการนักท่องเที่ยว ธุรกิจขนาดย่อมประเภทต่าง ๆ และอุตสาหกรรมในครัวเรือน ฯลฯ ทำให้คุณภาพชีวิตของประชากรดีขึ้น

6. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจในอันดี** ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ถือว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน” การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ผู้คนที่แตกต่างกันในถิ่นที่อยู่อาศัย ภาษาและวัฒนธรรม ได้พบปะสร้างสัมพันธไมตรีต่อกัน ทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างประชากรในประเทศเดียวกัน เกิดความสามัคคีของคนในประเทศ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศนำไปสู่มิตรภาพที่ดีต่อกันระหว่างเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันจรรโลงสัมพันธไมตรีที่ดีงามต่อไปในการสร้างสรรค์สันติภาพของโลก

7. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม** วิถีชีวิตของชุมชนต่าง ๆ ได้วิวัฒนาการสืบทอดต่อเนื่องกันมานับร้อยปี จะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและแตกต่างจากสังคมอื่น ๆ จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษา เรียนรู้และสัมผัสสำหรับการท่องเที่ยว

สังคมไทยเป็นสังคมเก่าแก่มีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบเนื่องกัน มามีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชนและแต่ละสังคม ซึ่งมีขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นมรดกตกทอดประพฤติปฏิบัติสืบต่อกัน จึงมีค่าความแก่นับสนุนอนุรักษ์และฟื้นฟูให้คงให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน สนับสนุนให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมดังกล่าว นำไปสู่ความรักและความหวงแหนในศิลปวัฒนธรรมของชาติในการช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวคือ ความสนใจในวัฒนธรรมของประเทศอื่น หรือสังคมอื่น การเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน เป็นสิ่งดึงดูดที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมถึงรูปแบบของความคิดและการปฏิสัมพันธ์ของคนในแต่ละท้องถิ่นที่แต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละภูมิภาค เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ดีจากประเทศหนึ่งพวกเขาเหล่านั้นจะไม่ลืมถึง “เจ้าของบ้านที่ให้การต้อนรับอันอบอุ่น”

โดยทั่วไปแล้วมนุษย์เราสนใจใน ภาษา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่แตกต่างจากของตนเอง วัฒนธรรม อาจรวมถึง ศิลปะ ดนตรี ภาพเขียน รูปปั้น สถาปัตยกรรมและกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ การเฉลิมฉลอง และเทศกาลต่าง ๆ หรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมอาจ หมายถึง อาหาร เครื่องดื่ม ความบันเทิง หรือการโอบอ้อมอารี หรืออาจหมายถึงการปฏิบัติสัมพันธ์ของเพื่อนมนุษย์ จึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้คิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึก การนำวัสดุที่เหลือใช้หรือวัสดุที่ไม่ใช้ ทำการผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้เวลาว่างจากงานประจำหรืออาชีพเสริม หรือการผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัว นอกจากทำให้รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับตนเองและสังคมแล้ว ยังรักษาสภาพแวดล้อมให้สมดุล เช่น การนำกิ่งไม้แห้งมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกมีลักษณะเฉพาะแต่ละชิ้นไม่เหมือนกัน เป็นศิลปะที่ไม่มีรูปแบบ หรือ การนำวัสดุที่ไม่ใช้ เช่น กระจังเครื่องสำอางมาประดิษฐ์เป็นของใช้ เช่น หมวก และภาชนะ เป็นต้น ของที่ระลึกเหล่านี้ที่นิยมของนักท่องเที่ยว

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือในประเทศ เกิดความรักความภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งนำประโยชน์มาสู่ตนเองและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดแนวร่วมในการรักษาและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวตลอดไป

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแก่สาธารณชน เช่น การผลิตสารคดีเรื่องราวของจังหวัดต่าง ๆ ประเทศต่าง ๆ

ทำให้สาธารณชนได้รู้จักและเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หรือต้องการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป และยังมีการรวบรวมสถิติข้อมูลเกี่ยวกับป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ เพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

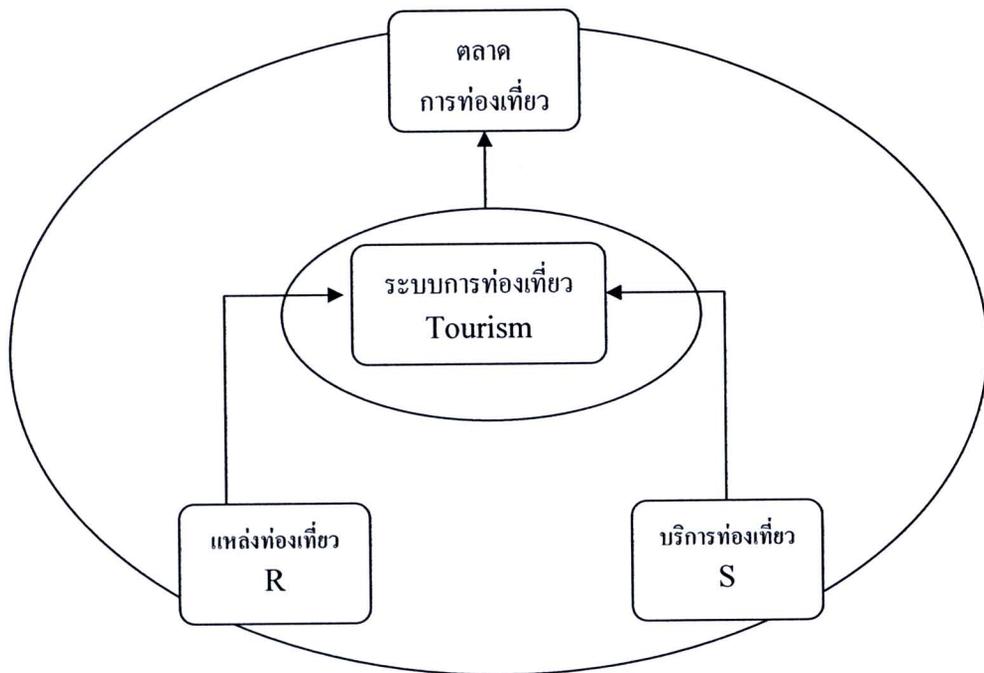
11. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี
การสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจองที่พักในโรงแรม จองที่นั่งของเครื่องบิน หาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จองที่นั่งเข้าชมดนตรี การแสดง หรือการจองการนำเที่ยวในต่างประเทศ ฯลฯ เป็นที่คาดหวังกันว่าในอนาคต บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวจะต้องหมดไปในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูล จองสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาบริษัทนำเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2546: 9-13)

โดยสรุปแล้วการท่องเที่ยวได้มีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมากทั้งในด้านเศรษฐกิจ เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ สร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน สร้างงานสร้างอาชีพ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุด กระตุ้นการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกิน มาผลิตให้เกิดรายได้เพิ่มพูน ด้านวัฒนธรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และในด้านสังคมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค ลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวง อีกด้วย

1.3 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (tourism resource) บริการท่องเที่ยว (tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (tourism market or tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ไม่มีวันหมดเพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่

จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น ๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น



แผนภาพ 2.1 ระบบการท่องเที่ยว(Tourism System)

2.2.1 แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply) ซึ่ง Peters (1969) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นห้าประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความหลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (scenic attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (entertainment attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (other attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น ททท. โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นสามประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2.2.2 บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

2.2.3 ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการ ได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

รายได้จากการท่องเที่ยว (tourism revenues) คือ รายได้ที่ประเทศได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ที่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการ ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ขึ้นต่อคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ กระบวนการท่องเที่ยวได้พัฒนาจนเกิดเป็นสาขาที่สำคัญ สาขาหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ ที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย (ให้บริการ) จนขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) ที่ก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญของประเทศ ในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหลายครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแม้ได้รับผลกระทบ แต่มักเป็นอุตสาหกรรมที่ฟื้นตัวได้เร็ว และสามารถทดแทนภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจได้ดี

ดังนั้น ในระยะที่ผ่านมา การท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นมิติทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสังคม ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมเช่นเดียวกับการพัฒนาในสาขาการผลิตอื่น ๆ

ในปี 2530 ได้มีการเสนอทางเลือกใหม่ของการพัฒนาที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) จากรายงาน Brundtland Report (our common future) ให้ความหมายของการพัฒนาแบบยั่งยืนว่า “เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของสังคมปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนศักยภาพความต้องการของคน (Shirley Eber, 1993) ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ขยายครอบคลุมมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย (สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 87-88), สุชาติา วรระมานี (2542: 70-72)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมได้ เศรษฐกรค์ ยวงวิชัย (2536: (2-1))

เศรษฐกรค์ ยวงวิชัย (2536: (2-1)-(2-2)) ได้แบ่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 5 ประเภทคือ

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก เกาะ สันดอน แก่ง ถ้ำ เพิงผา เหลือบหิน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยานเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด ป่าสงวน สวนรุกชาติ แหล่งน้ำเขื่อน หนองบึง อ่างเก็บน้ำ โปรง น้ำพุ พุน้ำร้อน กาดทราย หาดหิน หุ่น้ำ หล้า แหล่งแร่ธาตุ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ฯลฯ

2. แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณคดี หมายถึง แหล่งหลักฐานบอกอดีตของมนุษยชาติ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ปรารักษ์ ปราสาท กู่สอูป ชาติ เมืองและ ชุมชน โบราณ ศาสนสถานเก่า คูเมือง คลองเมือง กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน วัง ศิลาจารึก พิพิธภัณฑ์

3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งหรือสถานที่ที่แสดงขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และวัดอาราม ที่เป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมในปัจจุบัน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชนหรือเผ่าชนต่าง ๆ ในท้องถิ่นที่สืบมารดกทางวัฒนธรรมมี เอกลักษณะเด่น ศาสนสถานหรือสำนักสงฆ์ ที่เด่นด้านปฏิบัติธรรม ตลอดทั้งงานเทศกาลประเพณีเด่น ๆ และสำคัญ ๆ ในท้องถิ่น

4. แหล่งท่องเที่ยวศิลปกรรม หมายถึงแหล่งหรือสถานที่ที่มีศิลปกรรมด้านต่าง ๆ เช่น แหล่งรวมวรรณกรรมพื้นบ้าน แหล่งศิลปะการแสดงท้องถิ่น ดนตรีพื้นเมือง นาฏศิลปะพื้นบ้าน จิตรกรรมฝาผนัง ปฎิมากรรมสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

5. แหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการผลิต หมายถึง แหล่งกำเนิดผลผลิตด้านต่าง ๆ ทั้งเกษตรกรรม อุตสาหกรรมในครัวเรือน อุตสาหกรรมโรงงาน เช่น แหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน หมูบ้าน ทอผ้า ทอเสื่อ แหล่งจักสาน แหล่งปั้น แหล่งพื้นบ้าน แหล่งเจียรไน แหล่งผลิตอุตสาหกรรมพื้นบ้านที่สำคัญ และแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่เด่น ๆ และสำคัญ ๆ ในท้องถิ่น

ทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น มีบทบาทต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดประการแรก ที่เป็นแรกดึงดูดให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น เพื่อที่จะขึ้นช่นกับทรัพยากรธรรมชาตินั้น แต่อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้นมีมากมายในแต่ละพื้นที่ ซึ่ง

ทรัพยากรแต่ละอย่างมีศักยภาพ ความสำคัญ แรงดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่เท่ากัน ดังนั้นการประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เพื่อจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในวางแผนพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่ชนั้น ตลอดจนถึงการวางแผนการลงทุนเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

การประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยว

เสกสรรค์ ยงวณิชย์ (2536: (2-2)-(2-7)) กล่าวถึงการกำหนดมาตรฐานการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ว่ามีการกำหนดมาตรฐานการจากนักวิชาการหลายฝ่ายซึ่งมีส่วนที่คล้ายกันอยู่ดังนี้

1. การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยวิธีของสถานวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล ได้กำหนดวิธีการประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 กำหนดปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

สภาพการเข้าถึง

- ทัศนียภาพของพื้นที่
- ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย
- ความปลอดภัย
- อรรถาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- ความประทับใจ

- 1.2 กำหนดความสำคัญของปัจจัยที่ศึกษา โดยจำแนกความสำคัญพื้นฐานของแต่ละปัจจัยเป็น 5 ระดับ คือ ความสำคัญน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด มีคะแนน 1 - 5 ตามลำดับ จากนั้นในคะแนนเฉลี่ยจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาเป็นค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัย

- 1.3 กำหนดค่าคะแนนคุณภาพของปัจจัยต่าง ๆ ที่ศึกษาในแต่ละแห่งท่องเที่ยวโดยจำแนกคะแนนคุณภาพออกเป็น 3 ระดับคือ

1 = ต้องปรับปรุง

2 = พอใช้

3 = ดี

- 1.4 คะแนนรวมของศักยภาพในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีค่าเท่ากับผลรวมของผลคูณระหว่างค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัย แหล่งท่องเที่ยวใดที่ได้รับคะแนน

สูง จัดได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และบดหล่นลงมาตาม
คะแนนที่แตกต่างกัน

1.5 ต่อมาคือ การแบ่งกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลุ่มได้แก่ กลุ่มศักยภาพสูงมาก
ศักยภาพสูง ศักยภาพปานกลาง ศักยภาพต่ำ

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างแสดงคะแนนเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่อำเภอ
เกาะลันตา ในทัศของนักท่องเที่ยว

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ยความสำคัญ ของปัจจัย (5 คะแนน)	ลำดับที่ความสำคัญ ของปัจจัย
สภาพการเข้าถึง	3.10	5
ทัศนียภาพ	4.27	1
ความสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.00	3
ความปลอดภัย	4.04	2
อรรถาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	4.27	1
สิ่งอำนวยความสะดวก	4.04	2
ความประทับใจ	3.82	4
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	2.76	6
ความหลากหลายของกิจกรรม	2.73	7

2. การประเมินศักยภาพทรัพยากรธรรมชาติ ตามวิธีการของ รศ. ประสิทธิ์
คุณรัตน์ นั้น ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความสำคัญเพื่อจัดลำดับสัคย์ แยกพิจารณา
ออกเป็นประเด็นหลัก 2 ประการ คือ

2.1 คุณภาพหรือคุณสมบัติที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแยกออกได้
เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น

- ลักษณะเด่นหรือความประทับใจ ความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว
- ความสวยงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
- ความวิจิตรบรรจงประณีตของแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปกรรม
- ความเก่าแก่ ใหญ่โตโอฬาร มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว
ประเภทประวัติศาสตร์และโบราณคดี
- ชื่อเสียงและความนิยมของนักท่องเที่ยว

- สภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์

2.2 สภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็นหลายองค์ประกอบที่ต้องพิจารณา เช่น

- ลักษณะที่ตั้งสภาพถนน เส้นทางคมนาคมเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องพิจารณาระยะห่างจากชุมชนสำคัญ ความสะดวกของเส้นทาง สภาพถนน และอัตราปริมาณบริการขนส่งสาธารณะ ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
- สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นสภาพปัจจุบันที่มนุษย์จัดสร้างเสริมให้แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ บริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ที่พักที่จอดรถ การกำจัดขยะ ร้านอาหาร ห้องน้ำ บริการข่าวสารข้อมูล สาธารณูปโภค การปรับปรุงสถานที่
- ความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และสวัสดิภาพต่าง ๆ
- ความสะอาดและความเป็นระเบียบ

สภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว

วิธีการประเมินศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทางคณะผู้วิจัย รศ. ประสิทธิ์ ใ้คะแนนคุณสมบัติที่สำคัญทั้ง 2 ประเด็นหลัก โดยพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ด้วยความพินิจของคณะผู้วิจัย การให้คะแนนใช้วิธีการแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะคุณภาพความดึงดูดใจ หรือความประทับใจสูงสุด ความพร้อมความสมบูรณ์มากที่สุด จะได้คะแนน 5 คะแนนลดลงไปตามการวินิจฉัยของคณะผู้วิจัยเป็น 4, 3, 2, และที่ให้คะแนนต่ำสุดคือ 1

3. การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวตาม วิธี TYPOLOGY ที่คณะวิจัยจาก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นผู้ประยุกต์แนวคิดของ Bailey (1972) และ Lazarsfeld (1960) มาใช้วิเคราะห์ มีแนวทางดังนี้

3.1 พิจารณาให้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งตามเกณฑ์ต่อไปนี้

3.1.1 ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวใด มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำได้มากกว่า 8 กิจกรรมขึ้นไป ถือว่ามีกิจกรรม ได้ 30 คะแนน หากมีน้อยกว่า 8 กิจกรรม ถือว่ามีกิจกรรมน้อย ได้ 10 คะแนน ตัวอย่างของกิจกรรมคือ นั่งเล่นชมทิวทัศน์ จัดปิกนิก เล่นรอบกองไฟ ว่ายน้ำ เล่นเรือ ตกปลา ดำน้ำ คุปะการัง อาบแดด บริหารร่างกาย เล่นกีฬา เล่นเครื่องเล่น เดินป่า ปีนเขา ส่องสัตว์ ไหว้พระ ทำบุญ เสียงเชิยมซี ขอ โขกลาก เช่าวัดดงมงคล ทำนายโชคชะตา รักษาโรค ชมศิลป์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม โบราณวัตถุ โบราณสถาน ชื่อของที่

ระลึก ชิมอาหารพิเศษ เป็นต้น

3.1.2 ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภค โดยแบ่งออกเป็น

- สภาพการเข้าถึง ได้แก่ ถนน พาหนะ ระยะเวลา
- สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ประปา ไฟฟ้า สุขา ที่จอดรถ ที่กำจัดของเสีย ที่กำจัดน้ำเสีย โรงพยาบาล ศาสนสถาน สถานบริการเชื้อเพลิง โทรคมนาคม กำหนดให้ใช้คะแนน การประเมินความพร้อมในการรับรองนักท่องเที่ยวโดยให้ใช้คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และต่ำสุด = 0 คะแนน

3.1.3 ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวด้านการบริการ ได้แก่ การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักค้างคืน ข่าวสารที่ระลึก ข่าวสารท่องเที่ยว ความปลอดภัย ร้านค้าปลีก ธนาคาร กำหนดให้ใช้คะแนน การประเมินความพร้อมในการรับรองนักท่องเที่ยว โดยให้ใช้คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และต่ำสุดซึ่งมี = 0 คะแนน

3.1.4 อัตราศูนย์ไมตรี ได้แบ่งออกเป็น ความเป็นมิตร ทักษะ ทักษะ ความซื่อสัตย์ กำหนดให้ใช้คะแนน การประเมินความพร้อมในการรับรองนักท่องเที่ยวโดยให้ใช้คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และต่ำสุด = 0 คะแนน

3.1.5 ความซาบซึ้ง แบ่งออกเป็น ภูมิทัศน์ ประณีตศิลป์ ความหลากหลาย กำหนดให้ใช้คะแนนการประเมินความพร้อมใจการรับรองนักท่องเที่ยวโดยให้ใช้คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และต่ำสุด = 0 คะแนน เมื่อค่าเฉลี่ยมากกว่าครึ่งหนึ่งถือว่า มีความเหมาะสมในด้านนั้น ๆ

การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวโดย การเลือกองค์ประกอบของการประเมินค่า ความหลากหลายของลักษณะภูมิประเทศแต่ละอย่าง ตามหลักการของ KIECSTEDT ซึ่งได้กำหนดให้ มีเงื่อนไขต่าง ๆ เกิดขึ้นตามเหตุผลดังต่อไปนี้

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นอยู่ตามธรรมชาติมีความสำคัญต่อการพักผ่อน คือทำให้เกิดความประทับใจ ที่เกิดจากการเห็นและก่อให้เกิดความรู้สึกในจิตใจขึ้น ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นตัวเชื่อมโยงสัมพันธ์และที่มีอิทธิพลโดยตรง เช่น อากาศ การใช้พื้นที่เพื่อการพักผ่อนและเพื่อการเล่นกีฬา

ดังนั้น สถานที่หนึ่ง ๆ ควรจะมีการมองภาพรวมและการประเมินค่า การประเมินค่าของพื้นที่หนึ่ง ๆ เพื่อเกิดความสะดวกในการจัดการและการวางแผนจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องแจกแจงศักยภาพด้านต่าง ๆ ของลักษณะภูมิประเทศ

ฉะนั้น เราสามารถแบ่งลักษณะภูมิประเทศออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตริมป่า วัดเป็น เมตร ต่อ ตร. กม.
2. ขอบเขตริมน้ำ วัดเป็น เมตร ต่อ ตร. กม.
3. รูปร่างลักษณะภูมิประเทศ เปรียบเทียบความสูงต่ำ คือ การเปรียบเทียบความสูงต่ำของพื้นที่ที่เรากำลังหาค่าว่ามีแตกต่างกันมากเท่าไร ระหว่างจุดที่สูงที่สุดและที่ต่ำที่สุดของพื้นที่หนึ่ง คือเป็น เมตร
4. ธรรมชาติที่ปกคลุมพื้นที่อยู่นั้นบริเวณที่ต้องการประเมินค่า ได้แก่ ที่ทำการเกษตรแบบต่าง ๆ พื้นที่สีเขียว ป่า ป่าพรุและพื้นที่ที่เป็นน้ำ คิดเป็น % ของพื้นที่ที่จะหาค่าความหลากหลายของลักษณะภูมิประเทศ
5. อากาศ ได้รับการประเมินว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่ง เช่นกันที่มีบทบาทมากก็ คง เป็นสภาพอากาศเฉพาะถิ่น

ในทำนองเดียวกันชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ (2547: 12-17) กล่าวถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า องค์ประกอบของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (Tourism Components and Supply) Goeldner, Ritchie and McIntosh (2000 : 364 – 379) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว มี 4 ประการ

1. **ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Natural Resources and Environment)** ทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ อากาศ ภูมิอากาศ โครงสร้างทางกายภาพของพื้นที่ลักษณะของดิน ภูมิประเทศ (Terrain) พืช (Flora) สัตว์ (Fauna) น้ำ หาดทราย ความสวยงามของธรรมชาติ ระบบน้ำดื่ม น้ำใช้ ฯลฯ

ในด้านสิ่งแวดล้อม ความหมายของสิ่งแวดล้อม คือทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบ ๆ สิ่งมีชีวิตและมีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิต สิ่งแวดล้อมแบ่งออกเป็น สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Environment) สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) และ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ทั้งที่ธรรมชาติสร้างและมนุษย์สร้างแต่เป็นสิ่งที่ไม่มีชีวิต (Tarbuck, 2000: 12 – 16)

ถ้านำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์กับการท่องเที่ยว หมายความว่าสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 อย่าง ซึ่งอยู่รอบ ๆ ตัวนักท่องเที่ยว ต้องมีผลกระทบในทางบวกต่อนักท่องเที่ยว คือ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ไม่เกิดพิชภัยแก่นักท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานแล้วสิ่งแวดล้อมที่ดี ควรยกระดับจิตใจที่ดีงามของนักท่องเที่ยว และส่งผลดีต่อสุขภาพ ดังนั้น ความพึงพอใจ จึงไม่ควรเกิดขึ้นจาก

สิ่งแวดล้อมประเภทอบายมุข และเกิดมลพิษ (Pollution) ในเรื่อง น้ำ (Water) เสียง (Noise) อากาศ (Air) และสุนทรียภาพ (Aesthetic) (Holden, 2000: 73)

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้าง (The Built Environment) สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐานทางการผลิต (Infrastructure) คือ สิ่งก่อสร้างที่อยู่ในระดับพื้นดินและใต้ดิน เช่น ระบบการประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย (Sewage System) ท่อส่งแก๊สสายไฟฟ้า ระบบการระบายน้ำ (Drainage Systems) ถนน เครือข่ายการสื่อสาร และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในทางธุรกิจ

อาคารสิ่งก่อสร้างด้านการท่องเที่ยว (Super Structure) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สนามบิน ท่าเรือ สถานีรถไฟ ที่จอดรถ ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก พิพิธภัณฑ์

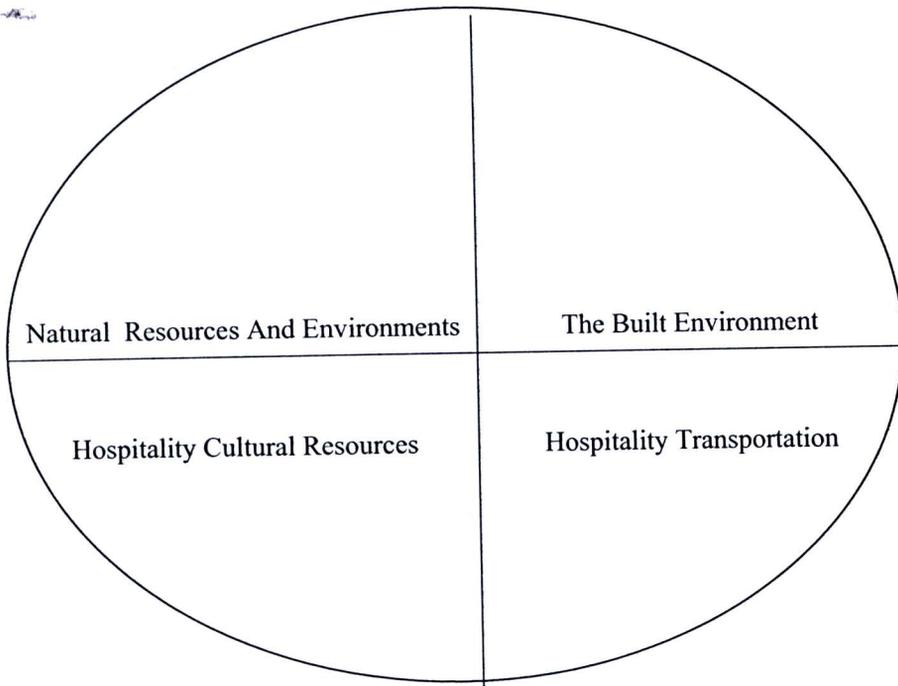
อาคารสิ่งก่อสร้างดังกล่าว ควรสร้างให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ ชีวภาพ และสังคม วัฒนธรรม ในเขตพื้นที่นั้น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวในเมืองแม่ฮ่องสอน มีทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ป่าไม้ ศิลปะในด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม แบบไทยใหญ่ ดังนั้น การสร้างอาคารสิ่งก่อสร้าง ก็ควรคำนึงถึงความกลมกลืนกับธรรมชาติและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของท้องถิ่น ถ้าต้องการพัฒนาเมืองดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของบริการด้านการท่องเที่ยว เพราะการขนส่ง เป็นพาหนะในการนำนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางไปสู่จุดหมาย หรือ แหล่งท่องเที่ยว การขนส่ง ประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ในรูปแบบและการบริการที่หลากหลาย

4. ทัศนียภาพและทรัพยากรด้านวัฒนธรรม (Hospitality and Cultural Resources) ทัศนียภาพไม่ตรี เป็นการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ชื่นชมนิยมชมชอบต่อประชาชนในท้องถิ่นหรือภาคบริการ ทัศนียภาพไม่ตรี จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริการด้านการท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย ศิลปะวรรณกรรม ประวัติศาสตร์ดนตรี การฟ้อนรำ การละคร การกีฬา และกิจกรรมอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจ ชื่นชอบ และต้องการกลับมาเยือนอีก

ผลิตภัณฑ์และบริการทั้ง 4 ประการดังกล่าว บางอย่างจัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่องค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าว คือ สินค้า หรือ บริการ ซึ่งพร้อมเสนอขายให้แก่ผู้มาเยือน และนักท่องเที่ยว



แผนภาพ 2.2 องค์ประกอบของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
(Components of Tourism Supply)

ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Product)

ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และบริการต่าง ๆ ซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยว ในแนวความคิดของ Middleton (1994) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ

- ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัฒนธรรม (Destination Attractions and Environment) เช่น ความสวยงามของน้ำทะเลและหาดทราย ความงดงาม และแปลกตาของถ้ำ ความยิ่งใหญ่ สวยงาม หรือ มีคุณค่าของโบราณสถาน เป็นต้น
- สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Facilities and Services) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหารระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

- การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการจัดสร้าง ปัจจัยพื้นฐานการผลิต เช่น ถนน สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ขวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัยและการส่งเสริม,ดูแลจากรัฐบาล ในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าวแล้ว (Makens, 1996 : 308 – 309)

- จินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the Destination) ความประทับใจหรือจินตภาพแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝันต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมอง ที่สามารถได้เห็น ได้ฟังและบันทึกความทรงจำแห่งความประทับใจ เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้ว มีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมชมเยือนอีก หรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ

- ราคาที่เสนอต่อผู้บริโภค (Price of the Customer) ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางด้านการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว แตกต่างไปตามฤดูกาล เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาที่พักแพง แต่ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวน้อย ราคาที่พักถูกนอกจากนี้ ราคายังขึ้นอยู่กับบริการและความสะดวกสบายที่ ผู้บริโภคจะได้รับด้วย เช่นที่พักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ราคาย่อมแพงกว่าที่พักประเภทหอพัก หรือ เรือนแรม (Guest House)

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ผลผลิตที่มีตัวตนสัมผัสได้ ผลผลิตที่ไม่มีตัวตน คือ การบริการ และองค์ประกอบอื่น ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการดังกล่าวแล้ว เช่น ความน่าประทับใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง จินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ต่างรวมกันเป็นองค์ประกอบรวมของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าด้านการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วให้เกิดแรงดึงดูดใจและเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Attractions)

Weaver and Oppermann (2000 : 134 – 142) ได้อธิบายว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. **ธรรมชาติ (Nature)** ก่อให้เกิดความน่าประทับใจ ในเรื่องของสถานที่ (Sites) ซึ่งหมายถึง ลักษณะทางภูมิประเทศ (Topography) เช่น ภูเขา หาดทราย ถ้ำ ฯลฯ ภูมิอากาศ (Climate) เช่น แสงแดด อุณหภูมิ ความชื้น ฯลฯ พื้นน้ำ (Hydrology) เช่น ทะเลสาบ แม่น้ำ น้ำตก น้ำพุร้อน ฯลฯ สัตว์ป่า พืช และทำเลที่ตั้ง องค์ประกอบดังกล่าวแล้ว ก่อให้เกิดเหตุการณ์ (Events) ที่น่าสนใจ และดึงดูดใจ เช่น ภูเขาไฟระเบิด การไหลของกระแส น้ำ การอพยพของสัตว์ป่า

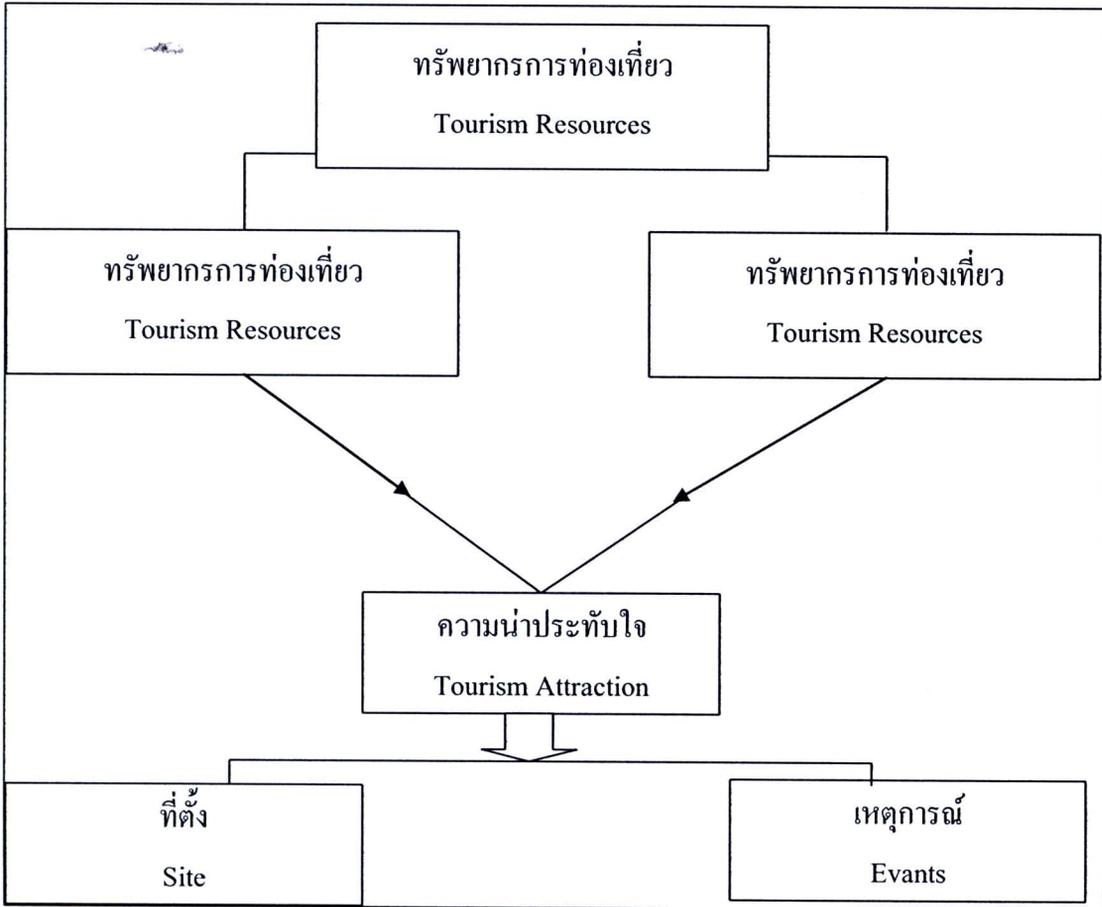
2. **วัฒนธรรม (Culture)** วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อาจอยู่ในลักษณะของรูปธรรม และนามธรรม สถานที่น่าประทับใจทางวัฒนธรรม เช่น แหล่งก่อนประวัติศาสตร์

สถานที่สมัยประวัติศาสตร์ เช่น สนามรบ เมืองโบราณ พิพิธภัณฑ ๑๗๗ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ
สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม กิจกรรมด้านการกีฬาและนันทนาการ

วัฒนธรรมดังกล่าว ก่อให้เกิดเหตุการณ์น่าสนใจและเกิดความน่าประทับใจในการ
เดินทางท่องเที่ยว

การจัดแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังกล่าวมาแล้ว อาจจัดแบ่งออกได้เป็น 2
ประเภท คือ ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากธรรมชาติสร้าง และทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งเกิดจาก
มนุษย์สร้างขึ้น

ความน่าประทับใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าว ต้องเกิดจากสถานที่
(Sites) และเหตุการณ์ (Events) ประกอบเข้าด้วยกันดังแผนภาพ 3



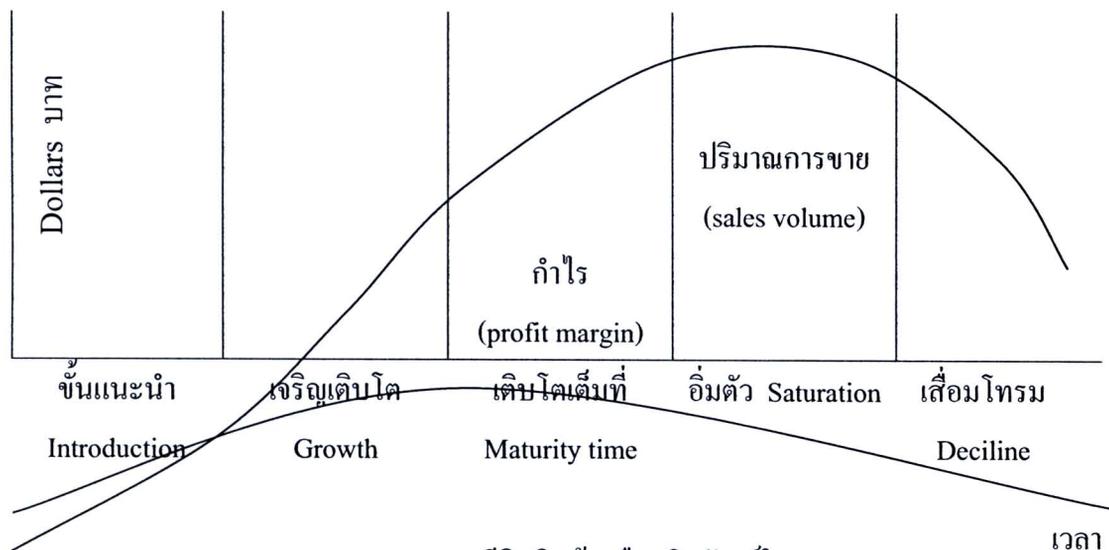
แผนภาพ 2.3 ความน่าประทับใจของทรัพยากรการท่องเที่ยว

โดยสรุปแล้วจากที่กล่าวมาสามารถสรุปองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวโดยแยกตามหลักอุปสงค์และอุปทาน โดยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวได้แก่ อุปสงค์ของการท่องเที่ยว อันได้แก่ ตลาดการท่องเที่ยว และอุปทานการท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตการท่องเที่ยว

Stanley C. Plog (1986: 287) ได้เสนอแนวคิดวงจรชีวิตแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อสมมุติฐานว่า แหล่งท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นหรือเสื่อมความนิยมจะเป็นไปตามความรู้สึคนักคิดของกลุ่มท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะจิตวิทยาทางการท่องเที่ยวต่างๆ กัน ซึ่งแนวคิดนี้มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดต่างๆ ไปนั่นเองที่ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เริ่มต้นจากการนำเสนอ (introduction) การเจริญเติบโต (growth) การเติบโต

เต็มที่ (maturity) การอิ่มตัว (saturation) และการเสื่อมลง (decline) (McIntosh and Goedner, 1986: 287)



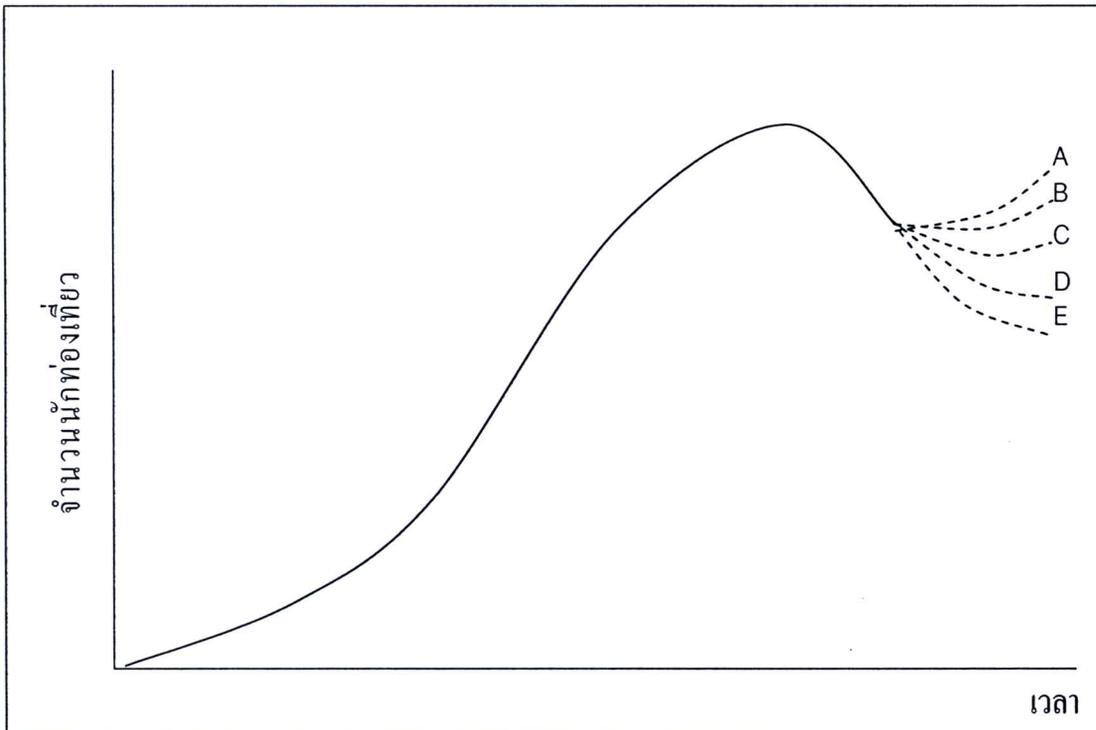
แผนภาพ 2.4 วงจรชีวิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด

Plog ซึ่งว่าวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจะสัมพันธ์กับลักษณะจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวด้วย กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวใหม่ จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้มีความสนใจหลากหลายก่อนเป็นกลุ่มแรก เป็นกลุ่มนวัตกรรม (innovation) ของตลาดการท่องเที่ยวซึ่งแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและไม่พลุกล่านด้วยนักท่องเที่ยว แต่เมื่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมากขึ้นกลุ่มผู้มีความสนใจก็จะลดความสนใจลง

กลุ่มผู้เดินทางสายกลางจะเข้ามาแทนที่เป็นจำนวนมาก Plog ระบุว่าระยะที่กลุ่มผู้เดินทางสายกลางให้ความสนใจท่องเที่ยวนั้น แหล่งท่องเที่ยวจะอยู่ในขั้นของการเจริญเติบโตเต็มที่ ในวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการตลาด อันเป็นระยะยอดจำหน่ายที่สูงที่สุด กล่าวได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ดึงดูดความสนใจของตลาดเอาไว้ แต่ในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปกลุ่มผู้เดินทางสายกลางก็จะหมดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลางจะเข้ามาแทนที่ ซึ่งเป็นกลุ่มเล็กๆ เช่นเดียวกันกับกลุ่มผู้มีความสนใจหลากหลายในตอนเริ่มแรกนั้น ในขั้นนี้แหล่งท่องเที่ยวจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากตลาดมวลชนและตลาดนวัตกรรม (กลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มผู้มีความสนใจหลากหลาย) สมมติฐานสำคัญที่ Plog ได้ให้ไว้ คือ แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จะมีเม็ดเงินลงทุนแห่งความพินาศฝังตัวอยู่ ถ้าหากว่าได้มีการปล่อยให้ทำการค้ากันมากจนเกินไปและละเลยความโดดเด่นดั้งเดิมของมันไปเสีย

แม้ว่าแนวคิดของ Plog จะระบุชี้ชัดว่าแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งจะต้องพบกับชะตากรรมเช่นเดียวกันทุกๆ แห่ง แต่นักวิชาการบางท่าน ก็ไม่เห็นพ้องด้วย โดยอ้างว่าจากประสบการณ์ที่ผ่านมานานหลายปีก็พบว่าแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมายที่ไม่ได้เป็นไปตามที่ Plog ตั้งสมมุติฐานไว้ ประสบการณ์บอกเราได้ว่าวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวอาจจะขยายหรือยืดออกไปได้ ถ้ายอมให้มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงแก้ไข และการวางแผนก็จะเป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยวางกรอบพื้นฐานให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม (Mill and Morrison. 1985: 377)

แนวคิดที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสู่ความเสื่อมโทรมเสมอไป สอดคล้องกับแนวความคิดการพัฒนารของแหล่งท่องเที่ยว 6 ระยะ ของ Butler (1980: 5-12) ซึ่งระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวจะประสบกับวงจรวิวัฒนาการ 6 ขั้นตอนคือ สำรวจ (exploration) ดำเนินการ (involvement) พัฒนา (development) เติบโตมั่นคง (consolidation) ชะงักงัน (stagnation) และท้ายสุดคือ เสื่อมโทรม (decline) หรือไม่ก็กลับฟื้นคืนสภาพ (rejuvenation) ดังแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 2.5 ขั้นตอนตามทฤษฎีวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Butler

ที่มา: Debbag, eith G. "Oligopoly and the Resort Cycle in the Bahamas," Annals off Tourism Research, Pergamon Press, Vol. 17 (November 4, 1990) p.15

กล่าวโดยสรุป แนวความคิดของ Butler สรุปว่า เริ่มแรกแหล่งท่องเที่ยวถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงหาและรักการผจญภัย ต่อมาเมื่อประสบกับภาวะการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวของมวลชนก็จะเริ่มเข้ามา เมื่อเวลาผ่านไปจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นนั้นจะค่อยๆ ลดลง และมาถึงวาระของการชะงักงัน ซึ่งในที่สุดแหล่งท่องเที่ยวก็จะเข้าสู่วงจรแห่งความเสื่อมความนิยม หรือไม่ก็อาจกลับฟื้นความนิยมอีกครั้งหนึ่ง โดยอาศัยการเพิ่มสิ่งดึงดูดใจให้ท่องเที่ยว (attractions) เช่นผนวกการพนันเข้าไปเป็นต้น หรือจัดการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่แต่ก่อนนั้นยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มากพอ

อย่างไรก็ตาม แนวความคิดของ Butler พิจารณาเฉพาะประเภทนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวและระดับความสามารถในการรองรับมวลชนในพื้นที่ต่างๆ เท่านั้น ซึ่งหากจะให้สมบูรณ์ขึ้นควรพิจารณาองค์ประกอบอื่นๆ เช่น สภาพการแข่งขันและยุทธวิธีการขายร่วม (joint venture) ซึ่งนำแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในเขตใกล้เคียงกันมาจัดเป็นรายการท่องเที่ยวเส้นทางเดียวกัน ไปเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวในคราวเดียวกันเป็นต้น (Keith G. Debbage, 190: 513-514)

2.2. นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา

1. วิวัฒนาการของนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 – 2534)

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 – 2534) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปรับกลยุทธ์การขยายแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นความสำคัญในการลดบทบาทของกรุงเทพฯ ในการเป็นศูนย์กลางกระจุกนักท่องเที่ยว และเพิ่มบทบาทให้เมืองอื่น ๆ มีความสำคัญในการเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยให้เกิด “วงจรเส้นทางท่องเที่ยว” มีการกระจายนักท่องเที่ยวจากจังหวัดที่เป็นแม่ข่ายศูนย์กลางท่องเที่ยวไปสู่อำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีลักษณะเป็นทั้ง “จุดหมายปลายทาง” ของเส้นทางท่องเที่ยว และ “จุดเชื่อมต่อ” ไปยังแหล่งท่องเที่ยว อื่น ๆ

การกระจายศูนย์กลางการท่องเที่ยวนี้ นอกจากจะเป็นการสนับสนุนการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคแล้ว ยังเป็นแนวทางสำคัญที่จะให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกวงจรที่สนใจ และสามารถพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้นานวัน ทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น ดังนั้นรูปแบบวงจรเส้นทางท่องเที่ยวจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่เป็นจุดแข็งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และลดความสำคัญใน

การออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศลง ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสนใจในความหลากหลายของเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นขอบข่ายสมบูรณ์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 – 2539)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 – 2539) ได้เปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งเน้นการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีรายได้สูง เป็นการกระจายการผลิตและการบริการท่องเที่ยวไปสู่ส่วนภูมิภาค ซึ่งจากการพยากรณ์การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศว่าจะมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 5.8 ต่อปี เมื่อเป็นเช่นนี้จะส่งผลให้เกิดความต้องการด้านห้องพักที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการพัฒนาในองค์ประกอบอื่น ๆ อาทิ การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึก และการจัดนิทรรศการ อันจะก่อให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่น จากลักษณะดังกล่าวส่งผลให้เกิดปัญหาต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมุ่งให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมกับการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางและมาตรการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- (1) ร่วมมือกับประเทศในอาเซียน เพื่อพัฒนาวงจรการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น โดยเน้นการร่วมมือทางการตลาดแทนการแข่งขันระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้
- (2) กำหนดแนวทางสนับสนุนให้ไทยเป็นประตูทางออกสู่การพัฒนาวงจรท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอินโดจีน และประเทศเพื่อนบ้าน
- (3) สนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชน ในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจ นอกจากอาศัยแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและสุขภาพ

2. อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรและปัจจัย

- (1) ให้มีแผนแม่บทเพื่อพัฒนาฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภคบริการพื้นฐานต่าง ๆ ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวหลัก และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพในระบบเดียวกับการพัฒนาเมืองหลัก ได้แก่ เมือง

พื้ชยภัก์เค็้ เชียงใหม่ หาดใหญ่ ะอำ หัว้ห็น เชียงราย เกาะสมุย/สุราชญ์ธานี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา และพื้นที่อีสานตอนล่าง

- (2) นำมาตรการทางกฎหมายควบคุมอาคาร ผังเมือง อุทยานแห่งชาติ และโบราณสถานมาใช้กำ้หับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจเอกชนในบริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการลงทุนประกอบธุรกิจต่าง ๆ
- (3) สนับสนุนองค์กรของรัฐฯ ภาคเอกชนและประชาชนในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร บูรณะ จัดการทรัพยากรธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น น้ำตก เกาะและหาดทราย ตลอดจนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม เช่น โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- (4) สนับสนุนบทบาทของภาคเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น พร้อมกับการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการลงทุนของภาคเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อสนับสนุนการพัฒนาวงจรท่องเที่ยวในภูมิภาค
- (5) เพิ่มประสิทธิภาพการบริการด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ โดยมุ่งการใช้ประโยชน์ในระยะยาวและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายต่าง ๆ เพื่อกู้้ครองนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการอยู่ในกรอบ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว จนเกิดภาพพจน์ทางล่งต่อประเทศโดยส่วนรวม

3. พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยว

- (1) ขยายการผลิตกำลังคนทั้งในระดับอุดมศึกษาและวิชาชีพให้ได้ปริมาณ และมีคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค
- (2) สนับสนุนภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการลงทุนผลิต และฝึกอบรมกำลังคนด้านต่าง ๆ ให้มีคุณภาพมาตรฐานการบริการในระดับสูง พร้อมทั้งปรับปรุงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การพัฒนากำลังคนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะแก้ไขพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2476 เพื่อเปิดโอกาสให้ใช้โรงแรมที่มีมาตรฐานสูงเป็นสภาพที่ผลิตและฝึกอบรมได้มากขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544) ได้กำหนดให้ไทยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีอัตราขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7 ต่อปี และสนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ในขณะที่การพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ต้องอาศัยประโยชน์จากข้อได้เปรียบของสภาพภูมิประเทศของพื้นที่ แล้วยังต้องมีการสนับสนุนการพัฒนามคม และการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเพิ่มขีดความสามารถของพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกให้สมบูรณ์พร้อมที่จะรองรับการกระจายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการเคลื่อนย้ายประชากรจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้มีการลงทุนในด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะระบบบำบัดน้ำเสียรวม และระบบกำจัดขยะมูลฝอยในพื้นที่ศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เขตปริมณฑล 5 จังหวัด ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ บริเวณชลบุรี ระยอง ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญในภูมิภาค อีกทั้งยังเป็นเมืองชายทะเลที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกด้วย ยิ่งกว่านั้นการท่องเที่ยวที่เป็นหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาบริการ ได้ถูกกำหนดให้มีบทบาทด้านการบริการดังนี้

การเพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการ

1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ให้คงไว้ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีเพียงพอ
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศให้มีช่วงพำนักในประเทศไทยนานขึ้น และให้มีบริการด้านแหล่งจำหน่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรักและหวงแหนในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนไทย
3. ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียนและอินโดจีน เพื่อพัฒนางจรการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดร่วมกัน
4. พัฒนาโครงข่ายการคมนาคมข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเมืองอื่น ๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน”

นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2540 – 2546

นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2540 – 2546 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากรายงานประจำปี 2543 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีดังนี้

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามาจับบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่าช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสื่อสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้
5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความห่วงใยและช่วยทำนุบำรุงมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป
6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันมาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดปี

8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อมาพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่เป็นระยะเวลานานขึ้น ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้นและเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทย เพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายให้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญ ไปสูงท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไป

11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็น และเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมกาสับสนุนการลงทุน เพื่อประโยชน์โดยรวมของชาติและองค์กร

กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้ยึดครองของวิสัยทัศน์ร่วมภายใต้ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และ “สังคมไทยที่พึงประสงค์ในอนาคต” จึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักเกณฑ์พัฒนาประเทศไว้ดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| วัตถุประสงค์ 1 : | ฟื้นฟูเศรษฐกิจให้มีเสถียรภาพและมีภูมิคุ้มกัน |
| วัตถุประสงค์ 2 : | วางรากฐานการพัฒนาประเทศให้เข้มแข็ง ยั่งยืน สามารถพึ่งตนเองได้อย่างรู้ทันโลก |
| วัตถุประสงค์ 3 : | จัดให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ |
| วัตถุประสงค์ 4 : | แก้ปัญหาความยากจน และเพิ่มศักยภาพและโอกาสของคนไทยในการพึ่งพาตนเอง |

เป้าหมาย 1 : สร้างคุณภาพทางเศรษฐกิจ

โดยให้เศรษฐกิจขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 4 – 5 ต่อปี อัตราเงินเฟ้อไม่เกิดร้อยละ 3 ต่อปี การเกินดุลบัญชีเดินสะพัดร้อยละ 1 – 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ การส่งออก

ขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี การผลิตภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 0.5 และ 2.5 ต่อปี ตามลำดับ แรงเพิ่มไม่ต่ำกว่า 230000 คนต่อปี และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทย ท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

เป้าหมาย 2 : ยกระดับคุณภาพชีวิต

โดยรักษาระดับภาวะเจริญพันธุ์ของประชาชนให้อยู่ในระดับทดแทนอย่างต่อเนื่อง ประชาชนอายุ 15 ปี ขึ้นไป ได้รับการศึกษาเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 9 ปี ร้อยละ 50 ของแรงงานได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป สร้างกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง ขับเคลื่อนให้เกิดมีการมีส่วนร่วมพัฒนาเมืองน่าอยู่

เป้าหมายที่ 3 : มีการบริหารจัดการที่ดี

โดยปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบราชการ ทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น โดยการกระจายอำนาจ โปร่งใส มีระบบสนับสนุนและตรวจสอบด้วยการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งรวมทั้งการป้องกันและปราบปรามการทุจริตประพฤตินีซอบ

เป้าหมายที่ 4 : ลดความยากจน

โดยดำเนินมาตรการเอื้ออาทรต่อคนจนทั้งทางด้านเศรษฐกิจโอกาสการพัฒนา ศักยภาพและคุณภาพชีวิตให้เกิดความเข้มแข็ง มีภูมิคุ้มกัน สามารถพึ่งตนเองได้ ให้สัดส่วนของคนจนมีไม่เกินร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด

ภายใต้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักดังกล่าว ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สนับสนุนและเชื่อมโยงกันเป็น 3 กลุ่มยุทธศาสตร์ รวมทั้งหมด 7 ยุทธศาสตร์ที่สำคัญโดยสรุปดังนี้

ยุทธศาสตร์กลุ่มที่ 1: ยุทธศาสตร์ของการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีในทุกภาคส่วนของสังคม ประกอบด้วยยุทธศาสตร์รอง 6 ด้านคือ

1. การปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใส
2. การกระจายภารกิจและความรับผิดชอบให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

อย่างโปร่งใส

3. การป้องกันและปราบปรามการทุจริตประพฤติมิชอบ
4. การพัฒนาและเสริมสร้างกลไกการตรวจสอบถ่วงดุลทุกภาคส่วนในสังคม
5. การเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดีของภาคเอกชน
6. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน

ยุทธศาสตร์กลุ่มที่ 2: การเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง ประกอบด้วยยุทธศาสตร์รองรวม 3 ด้าน และยุทธศาสตร์ย่อยในแต่ละยุทธศาสตร์รองคือ

1. ยุทธศาสตร์หลักการพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทางสังคม
ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ย่อย 5 ด้านคือ

- (1) การพัฒนาคนให้มีคุณภาพและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง
- (2) การส่งเสริมให้คนมีงานทำ
- (3) การปรับปรุงระบบการคุ้มครองทางสังคมให้มีประสิทธิภาพ
- (4) การป้องกัน แก้ไขปัญหาอาชญากรรมและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- (5) การส่งเสริมบทบาทครอบครัว องค์กรทางศาสนา โรงเรียน ชุมชน องค์กร พัฒนาเอกชน อาสาสมัครและสื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา

2. ยุทธศาสตร์หลักการปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน
ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ย่อย 4 ด้าน คือ

- (1) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่
- (2) การแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบทและเมือง ภายใต้กระบวนการที่มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม
- (3) การสร้างความเชื่อมโยงของการพัฒนาชุมชน และเมืองอย่างเกื้อกูล
- (4) การจัดการพื้นที่เชิงบูรณาการที่ยึดพื้นที่ภารกิจและการมีส่วนร่วม

3. ยุทธศาสตร์หลักการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ย่อย 4 ด้านคือ

- (1) การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (2) การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์

- (3) การอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว
- (4) การบริหารจัดการปัญหามลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์กลุ่มที่ 3: การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุลและยั่งยืน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์รองรวม 3 ด้าน และยุทธศาสตร์ย่อยในแต่ละยุทธศาสตร์รองคือ

1. **ยุทธศาสตร์หลักการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวม** ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ย่อย 3 ด้านคือ
 - (1) การดำเนินนโยบายการเงิน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อวิกฤตเศรษฐกิจ และช่วยกระจายความเจริญและความเป็นธรรม
 - (2) การดำเนินนโยบายการคลัง และสร้างความมั่นคงของฐานการคลัง และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค
 - (3) การเตรียมความพร้อมของเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ
2. **ยุทธศาสตร์หลักการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ** ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ย่อย 6 ด้านคือ
 - (1) การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและการค้า
 - (2) การเพิ่มประสิทธิภาพ และยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน
 - (3) การผลักดันขบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศ
 - (4) การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระบบสหกรณ์
 - (5) การปรับปรุงระบบเจรจาและความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศ
 - (6) การส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานและกระจายรายได้
3. **ยุทธศาสตร์หลักการพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี** ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 4 ด้านคือ
 - (1) ประยุกต์ใช้และการพัฒนาเทคโนโลยี
 - (2) การพัฒนากำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 - (3) การยกระดับการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร
 - (4) การบริหารการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มุ่งประสิทธิผล

ดังนั้นจะเห็นว่า แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดการท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของประเทศทางด้านการสร้างคุณภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดรายได้สำหรับการกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูตัวอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยถือว่าประเทศมีศักยภาพอันเป็นจุดแข็งที่สำคัญทางทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ดึงดูดให้การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน ยิ่งกว่านั้นยังได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหัวข้อสำคัญข้อหนึ่งของแนวทางการพัฒนา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะ และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยระบุไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ดังนี้

“ส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน
กระจายรายได้ และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ”

1. พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มการจ้างงาน และกระจายรายได้สู่ชุมชนโดย
 - (1.1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวและต่างประเทศ โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเชิงวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างถูกวิธี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สวนสุขภาพ และสวนสนุก
 - (1.2) ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและกวดขันมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวง เฮอร์ดเอบีรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท
 - (1.3) ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น มีส่วนรวมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดย

รณรงค์สร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชน และท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นฐานและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

- (1.4) ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนาน และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม การจัตนพิธีการนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อเพิ่มสัดส่วนของรายได้ต่อนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบบริหารจัดการเฉพาะขึ้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารองรับ
- (1.5) ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างที่คุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเร่งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554 ได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ของประเทศไทย : มุ่งพัฒนาประเทศสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้เท่าทันโลก ครอบครัวยุบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ และทรัพยากร ธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข อยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

พันธกิจ : 4 ประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการพัฒนาเพื่อให้ประเทศไทยมี “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” ภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

1) พัฒนาคอนให้มีคุณภาพ คุณธรรมนำความรู้อย่างเท่าทัน มีสุขภาวะที่ดีอยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น ชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีภายใต้คุณภาพของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2) เสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ มีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ บนพื้นฐานการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ มีระดับการออมที่พอเพียง มีการปรับโครงสร้างการผลิตและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม ใช้จุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและเอกลักษณ์ความเป็นไทยควบคู่กับการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ และการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ พลังงาน กฎกติกา และกลไกสนับสนุนการแข่งขันและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

3) ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เป็นธรรมและมีการสร้างสรรค์คุณค่า สนับสนุนให้ชุมชนมีองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อคุ้มครองฐานทรัพยากร คุ้มครองสิทธิและส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร ปรับแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาผลประโยชน์ของชาติจากข้อตกลงตามพันธกรณีระหว่างประเทศ

4) พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มุ่งสร้างกลไกและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ทุกภาคี ควบคู่กับการเสริมสร้างความโปร่งใส สุจริต ยุติธรรม รับผิดชอบต่อสาธารณะ มีการกระจายอำนาจและกระบวนการที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สู่ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ทรัพยากร

โดยกำหนดยุทธศาสตร์หลักสำหรับพัฒนาประเทศในช่วง พ.ศ. 2550- 2554 เป็น 5 ด้าน คือ

- 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้
- 2) ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ
- 3) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน
- 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- 5) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ

จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ข้างต้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะต้องนำยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนฯ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตาม

เป้าหมายของการพัฒนาประเทศ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับ

— การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจ ควบคู่การพัฒนา การเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิต เริ่มตั้งแต่วัยเด็กให้มีความรู้พื้นฐาน เข้มแข็ง มีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนที่เป็นเลิศ โดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้สมัยใหม่ ตั้งแต่ระดับ ชุมชนถึงระดับประเทศ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

— การเสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ มีความสัมพันธ์ทางสังคมและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ เน้นการพัฒนาระบบสุขภาพอย่าง ครอบคลุม มุ่งการดูแลสุขภาพ เชิงป้องกัน การฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ เสริมสร้างคนไทยให้มีความมั่นคงทางอาหารและการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ลด ละ เลิกพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ

— การเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข โดย เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในสังคมตั้งแต่ระดับครอบครัวให้มีความแข็งแรง พัฒนาระบบ การคุ้มครองทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายและครอบคลุมทั่วถึง สร้างโอกาสในการเข้าถึง แหล่งทุน ส่งเสริมการค้ารงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่าอยู่ บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างกระบวนการยุติธรรมแบบบูรณาการ และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ควบคู่กับการ เสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิทธิหน้าที่ของพลเมือง และความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง

2) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน

— การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐาน ความรู้และความเป็นไทย โดยใช้กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และ ความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของ ตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการ ลงทุนในต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์การ การปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาระบบมาตรฐานต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต

— การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยการบริหารเศรษฐกิจส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้มั่นคง และสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิตโดยการระดมทุนไปสู่ภาคการผลิตที่มี

— การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม และการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม โดยส่งเสริมการแข่งขันการประกอบธุรกิจในระบบได้อย่างเสรีและเป็นธรรม การกระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลและเป็นธรรม เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานราก ให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเพิ่มขีดความสามารถบุคลากร ให้สามารถบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนากลไกการเงินชุมชนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล และใช้สถาบันการเงินเฉพาะกิจเป็นกลไกในการระดมทุน รวมทั้งดำเนินนโยบายการคลังเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ด้วยการกระจายอำนาจการจัดเก็บภาษี การจัดทำงบประมาณ การเบิกจ่าย และการก่องหน้ภายใต้กรอบการรักษาวินัยทางการคลัง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดพบว่า รัฐได้ให้ความสำคัญแก่การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลำดับโดยเห็นได้จากนโยบายด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 – 2534) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปรับกลยุทธ์การขายแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นความสำคัญในการลดบทบาทของกรุงเทพฯ ในการเป็นศูนย์กลางกระจากนักท่องเที่ยว และเพิ่มบทบาทให้เมืองอื่น ๆ มีความสำคัญในการเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 – 2539) ได้เปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งเน้นการขายตัวของตลาดท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีรายได้สูง เป็นการกระจายการผลิตและการบริการท่องเที่ยวไปสู่ส่วนภูมิภาคและในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544) ได้กำหนดให้ไทยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีอัตราขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7 ต่อปี และสนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดการท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของประเทศทางด้านการสร้างคุณภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดรายได้สำหรับการกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูตัวอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2.3. แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว (tourism promotion)

การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing of Tourism)

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2545) ได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า “เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไร และเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้อย่างไร”

ส่วนประกอบของการตลาดท่องเที่ยว

1. **ผู้ซื้อ** หมายถึง ลูกค้า ผู้ใช้บริการ หรือนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคส่วนบุคคล และกลุ่มผู้บริโภคองค์กรหรือกลุ่มบุคคล

2. **สินค้า** ได้แก่ โปรแกรมนำเที่ยวต่าง ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อขายให้แก่ลูกค้าหรือจัดตามความต้องการของลูกค้า โดยสินค้าที่เป็นโปรแกรมนำเที่ยวเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าอื่น เพราะเป็นสินค้าที่นำเอาผลผลิตของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ มารวมกันเป็น Package โดยสินค้าบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจหรือจุดเด่นทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ การบริการเกี่ยวกับยานพาหนะ ได้แก่ การให้บริการเกี่ยวกับ รถเช่า สายการบิน เรือ การบริการเกี่ยวกับ โรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีให้ และการบริการเกี่ยวกับภัตตาคารร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึก

3. **ผู้ผลิต** ในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือผู้จัดรายการ โดยจะ

4. เป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่เป็นบริการต่าง ๆ เป็นรายการนำเที่ยวเพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการต้องยึดหลักของการจัดนำเที่ยว คือ ได้กิน ได้เที่ยว ได้นอน ได้ซื้อของ ต้องรู้เขารู้เรา ต้องทำการศึกษาเพื่อจะได้จัดขายสินค้าได้ถูกต้องกับความต้องการของตลาด

ตลาดเป้าหมาย

การกำหนดตลาดเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเป็นไปอย่างเหมาะสม ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ ไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ บริษัทจำเป็นต้องกำหนดนโยบายด้านการตลาดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป้าหมาย ว่าต้องการเป้าหมายกลุ่มตลาดใด เพื่อให้เหมาะสมกับประเภทและความสามารถของบริษัท

การแบ่งตลาดเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมกว้าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป (Tourist Group) อาจมีศักยภาพทางการเงินสูงหรือต่ำ ไม่แน่นอนเป็นตลาดที่มีปริมาณมาก มีความต้องการที่หลากหลาย ดังนั้น สินค้าที่ผลิตขึ้นจึงต้องมีความหลากหลายตามไปด้วย เช่น ชอบปีนผา ชอบดำน้ำ ชอบศึกษาวิถีชีวิต

2. กลุ่มผู้เข้าประชุม (Convention Group) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เพราะส่วนใหญ่จะเป็นระดับผู้บริหาร ไม่ต้องจ่ายเงินค่าประชุมเอง หน่วยงานเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

3. กลุ่มที่ได้รับรางวัล (Incentive Group) เป็นลักษณะของกลุ่มองค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวแก่พนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย ที่ทำการตลาดหรือการขายได้สำเร็จตามเป้า การจัดแบบนี้มีโอกาเสี่ยงต่อการขาดทุนน้อย

การแบ่งเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวตามระดับ แบ่งได้ 3 ระดับ คือ

1. ระดับสูง หรือระดับหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูง แต่ต้องการความพิเศษความหรูหรา ได้รับการเอาใจใส่เป็นอย่างดี ลูกค้ำประเภทนี้สามารถทำกำไรเป็นอย่างมาก

2. ระดับปานกลาง เป็นผู้มียรายได้ปานกลาง ต้องการได้รับการบริการอย่างเหมาะสม แต่ครบถ้วน สามารถทำกำไรให้บริษัทค่อนข้างมาก

3. ระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวแบบประหยัด เรียบง่าย ต้องการความเอาใจใส่บ้างตามสมควร ลูกค้ำประเภทนี้ทำกำไรได้ไม่มากนัก แต่มีปริมาณมาก

การที่บริษัทนำเที่ยวจะกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายใดให้เป็นลูกค้ำหลักของตนนั้นขึ้นอยู่กับว่าบริษัทมีช่องทาง ศักยภาพ และงบประมาณในการทำการตลาดมากน้อยเพียงใด

การดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยว

หลังจากกำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้ว บริษัทนำเที่ยวจะต้องดำเนินการด้านการตลาด เพื่อให้สามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายโดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ Marketing Mix (4Ps) มาใช้

1. **สินค้า (Product)** สินค้าทางการท่องเที่ยวมักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถนำไปเป็นตัวอย่างได้ ไม่สามารถทดลองใช้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นนามธรรม เน้นการให้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นจึงต้องคิดเสมอว่ารายการนำเที่ยวของตนจะสร้างจุดเด่นในเรื่องใด และจะสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้อย่างไร

2. **ราคา (Price)** ต้องจูงใจและสามารถตอบสนองความต้องการของคนหลายกลุ่ม ราคาต้องไม่สูงหรือต่ำเกินไป สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** คือช่องทางที่เสนอขายแก่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว ในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม เช่น การจัดบูทออกงานในโอกาสต่าง ๆ

4. **การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดการส่งเสริมการขาย การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญคือทำอย่างไรที่จะให้ลูกค้ารู้จักและสนใจสินค้ามากที่สุด

โดยปกติการดำเนินการตลาดจะมีส่วนประกอบ 4Ps แต่สำหรับการตลาดท่องเที่ยวตามทฤษฎีของเพย์ คิดว่าควรขยายเป็น 9Ps ดังนี้

1. **Price** ได้แก่ ราคา ซึ่งต้องมีการพิจารณาราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับสินค้า
2. **Product** ได้แก่ สินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานบริการ มุ่งขายความพึงพอใจให้กับลูกค้า
3. **Place** ได้แก่ สถานที่ที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยสะดวก
4. **Promotion** ได้แก่ วิธีการที่จะติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้เขาทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ด้วยเหตุผลเพื่อเพิ่มยอดขาย
5. **Partnership** ได้แก่ ธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดนำเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทรถเช่า เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท
6. **Packaging** ได้แก่ ความสามารถในการนำองค์ประกอบหลาย ๆ ส่วนมาผสมผสานกันแล้วขายในราคาเดียว เช่น เลือยกานพาหนะ ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว แล้วนำมารวมกัน
7. **Positioning** ได้แก่ ฐานะของบริษัทนำเที่ยว ซึ่งหมายถึงระดับความน่าเชื่อถือ ค่านิยม ของบริษัท ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ของบริษัท
8. **Programming** ได้แก่ ความสามารถในการจัดการธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยว ให้เป็นสินค้าบริการที่น่าสนใจ สามารถเสนอขายเป็นโปรแกรมรูปแบบต่าง ๆ ได้หลากหลาย
9. **People** ธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นการบริการที่ต้องใช้มนุษย์ทำงานกับมนุษย์ การบริการดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับการทำงานของบุคลากร จึงควรเลือกพนักงานที่ดีมีคุณภาพมาร่วมงาน

การดำเนินการด้านการตลาดแบบ 4Ps

1. การจัดการด้านสินค้าหรืองานบริการ (Product)

นับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะการจะขายโปรแกรมนำเที่ยวได้มากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ดังนั้นการจัดการด้านสินค้าต้องศึกษาว่าโปรแกรมชนิดใดเหมาะสมหรือเป็นที่จูงใจสำหรับลูกค้าประเภทไหน และในแต่ละปีโปรแกรมเดิมที่จัดอยู่แล้ว เหมาะสมกับลูกค้าหรือไม่มากนักเพียงใด ควรปรับปรุงโปรแกรมใดให้ดีขึ้นบ้าง และพิจารณาว่าผู้ประกอบการที่ใช้บริการอยู่ต้องมีการปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงหรือไม่ นอกจากนี้เรื่องการจัดการสินค้าแล้ว งานบริการต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าก็ต้องให้ความสำคัญ เช่น เรื่องการคัดเลือกพนักงานที่ให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ดี วิธีส่งเอกสาร ไปให้ลูกค้า การปรับปรุงรูปแบบของเอกสารนำเที่ยวให้มีสีสันสวยงาม และน่าดึงดูดใจ

1. การจัดการด้านราคา (Price)

บริษัทนำเที่ยวไม่สามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเองผู้เดียว การกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องด้วย ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการกำหนดราคามี 2 ปัจจัย คือ

ปัจจัยภายใน ได้แก่ วัตถุประสงค์ของบริษัท ประเภทและลักษณะของสินค้า รายการนำเที่ยวว่ามีความหลากหลายอย่างไร มีวิธีการหรือเทคนิคการทำให้สินค้าแตกต่างกันตามความพอใจของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และสุดท้ายควรคำนึงถึงต้นทุน

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความต้องการอำนาจการต่อรองของตลาด สถานการณ์การแข่งขันในตลาด สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ค่าของเงิน กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ สภาพการเมืองและสถานการณ์ต่าง ๆ ของโลกที่เปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้อาจมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของบริษัทนำเที่ยว ขนาดของการซื้อ เวลาของการบริโภค การเปรียบเทียบราคา

กลยุทธ์ในการกำหนดราคา

1. การตั้งราคาตามตลาด (Market Pricing) คือ การตั้งราคาทั่ว ๆ ไปตามแนวระดับราคาที่เป็นอยู่ตามท้องตลาด เป็นราคาที่ใกล้เคียงกับราคาของบริษัทคู่แข่ง
2. การตั้งราคาโดยการบวกกำไรจากต้นทุน (Market up Pricing) คือ การบวกกำไรจากต้นทุนต่อหน่วย โดยมากแล้วจะบวกกำไรในช่วง 10-50%
3. การตั้งราคาต่ำกว่าทุน (Lost Pricing) คือ การตั้งราคาขายในราคาขาดทุนเพื่อเจาะตลาด หรือดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อในปริมาณมากที่สุด

4. การตั้งราคาขายสินค้าเป็นชุดเดียวกัน (bundle Pricing) คือ การขายสินค้าหลายประเภทรวมกันในราคาเหมา ซึ่งจะถูกลงกว่าราคาแยกขาย

5. การตั้งราคาไว้สูงที่สุด (Skimming Pricing) เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์หรือรายการนำเที่ยวใหม่ที่เพิ่งออกสู่ตลาดเป็นครั้งแรก และยังไม่คู่แข่งเลย

6. การตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาด (Penetration Pricing) คือ การตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในช่วงเวลาอันสั้น

7. การตั้งราคาแบบผูกขาด (Monopoly Pricing) คือการตั้งราคาจากผู้ผลิตที่มีอยู่รายเดียว

8. การตั้งราคาในตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยราย (Oligopoly Pricing) จะมีลักษณะของการตั้งราคา 2 ลักษณะ คือ มีผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งลดราคาหรือปรับปรุงคุณภาพ ทำให้ผู้ผลิตรายอื่นต้องปรับตัวตาม และผู้ผลิตน้อยรายรวมตัวกันกำหนดราคาที่ไม่แตกต่างกัน เป็นแบบผูกขาด

9. การตั้งราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (PLC) คือ การตั้งราคาตามขั้นแนะนำ ขั้นเจริญเติบโต ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ ขั้นอิ่มตัวและถดถอย

10. การตั้งราคาโดยรัฐบาลหรือสมาคมกลางหรือองค์กรกลาง (Regulated Pricing) คือ การตั้งราคาโดยพิจารณาข้อมูลจากหน่วยงานภาคเอกชน กำหนดราคาที่ยุติธรรมเพื่อไม่ให้มีการแข่งขันสูงจนเกินไป และเพื่อไม่ให้ลูกค้าถูกเอาเปรียบ

3. การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ทำได้โดยการเสนอขาย 3 วิธี ดังนี้

3.1 เสนอขายผ่านตัวแทนต่างประเทศ อาจมีการติดต่อผ่านตัวแทน 2 วิธี คือ

1) บริษัทนำเที่ยวจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความหลากหลาย แล้วติดต่อเสนอขายบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ หรือบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศเสนอความต้องการมาให้บริษัทในประเทศดำเนินการตามความต้องการของเขาก็ได้

2) บริษัทนำเที่ยวเสนอบริการรับ-ส่ง ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเที่ยวประเทศไทย

3.2 เสนอขายโดยตรงต่อผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1) ลูกค้าส่วนบุคคล ได้แก่ ลูกค้าที่ติดต่อซื้อโดยตรงด้วยตนเอง

2) ลูกค้าสถาบัน ได้แก่ หน่วยงานหรือองค์กร ที่บริษัทนำเที่ยวนำสินค้าไปเสนอขาย

3) ลูกค้าต่างประเทศ ได้แก่ ลูกค้าที่มาจากการไปตั้งสำนักงานย่อยเพื่อเสนอขาย

3.3 เสนอขายในนามกลุ่มบริษัท หรือกลุ่มสมาคม ชมรมต่าง ๆ เป็นลักษณะของ Join Tour โดยอาจเข้าไปเป็นสมาชิกของสมาคมใดสมาคมหนึ่ง และสมาคมนั้นก็มีส่วนช่วยส่งเสริมการขาย

4. การจัดการด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) สามารถแบ่งได้ตามลักษณะ ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) มีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำสินค้าให้ผู้บริโภค รู้จัก สร้างความเชื่อถือในสินค้า และชักชวนให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า สื่อที่สามารถทำการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่

- 1) หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่สามารถครอบคลุมพื้นที่ทางการตลาดได้ กว้างขวาง มีต้นทุนต่ำ
- 2) นิตยสาร ได้แก่ หนังสือ อสท. หนังสือ TRIP หนังสือเที่ยวรอบโลก เพื่อนเดินทาง เป็นต้น
- 3) ไปรษณีย์ คือ สื่อโฆษณาประเภทจดหมาย สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ มีความเป็นส่วนบุคคล
- 4) โทรทัศน์ เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพที่สุด สามารถใช้ได้ทั้ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง
- 5) วิทยุ มีความยืดหยุ่นสูง มีต้นทุนต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ สามารถเคลื่อนย้ายได้
- 6) อินเทอร์เน็ต ปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก หลายบริษัทนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการของตน ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อและซื้อบริการ โดยไม่ต้องเดินทางมาที่บริษัท สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าได้มาก
- 7) ป้ายโฆษณา เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่นและต้นทุนต่ำ สามารถสร้างความถี่ได้กับคนที่ใช้เส้นทางเดินทางเดิม แต่มีข้อเสีย คือ ข้อความบนป้ายต้องมีจำนวนจำกัด
- 8) สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น แผ่นพับ โบปปลิว เป็นสื่อที่นิยมใช้ในการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ

การโฆษณา	นอกจากจะอาศัยสื่อต่าง ๆ แล้ว ควรยึดหลัก AIDA ด้วย ดังนี้
Attention	หมายถึง การโฆษณาจะต้องดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
Interest	หมายถึง การโฆษณาจะต้องช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสินค้า
Desire	หมายถึง การโฆษณาจะต้องช่วยให้เกิดความต้องการในสินค้า
Action	หมายถึง การโฆษณาจะต้องช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า

5. **การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)** คือการเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะบอกกล่าว จะต้องทำอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องจึงจะ ได้ผล ต้องเป็นข้อมูลที่มีความชัดเจน ทันสมัย และกระจายได้ทั่วถึงกลุ่มลูกค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชน การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ ดังนี้

- การเผยแพร่ต่อสาธารณชน คือ การทำข่าวแจกในลักษณะบทความลงในหนังสือ/นิตยสาร
- การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่าง ๆ เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ
- การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

6. **การขายตรง หรือการขายโดยบุคคล** ต้องอาศัยพนักงานขายที่มีความสามารถ และมีบุคลิกงูใจลูกค้าจึงจะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าคล้อยตาม และเกิดการตัดสินใจซื้อบริการได้ ลักษณะการดำเนินงานส่วนใหญ่ของการขายตรง อาจทำได้หลายลักษณะ ดังนี้

- การเยี่ยมเยียนพบปะตัวแทนต่างประเทศเพื่อนำข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ไปแจ้งให้ทราบ
- การเสนอขายต่อตัวแทนต่างประเทศโดยอาจเข้าร่วมในการประชุมสัมมนา ระหว่างผู้ประกอบการ และตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้ข้อมูลและชักจูงให้ผู้ประกอบการนำสินค้าของตนไปขาย
- การนำสินค้ามาแสดง หรือเสนอขาย ในงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่มาชมงาน

7. **การส่งเสริมการขาย** ซึ่งถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ ที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจเกิดการซื้อซ้ำ เป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจะต้องมีกลยุทธ์ที่จะนำวิธีการต่าง ๆ ที่สามารถเรียกความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อ โดยต้องทำให้เขารู้สึกว่าได้ประโยชน์คุ้มค่าเป็นพิเศษ

Trade Sale Promotion เป็นลักษณะการเชิญพนักงานของตัวแทนต่างประเทศ มาทัศนศึกษาดูงานที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย โดยจัดให้เขาได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นสินค้าที่แท้จริง หลังจากนั้นเขาก็จะนำไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้า หรือเป็นตัวแทนขายต่อไป

Consumer Sale Promotion เป็นการเข้าร่วมงานจัดนิทรรศการ หรืองานการท่องเที่ยวทั่วไป ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าชมงาน หรืออาจจัดชิงโชค ชิงรางวัล โดยของรางวัลเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยว ตัวอย่างการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา สะสมคูปอง รายการแถม สินค้าพิเศษ แจกของที่ระลึก

การดำเนินงานด้านการขาย

เป็นการขายสินค้าที่ผู้ซื้อไม่มีโอกาสได้เห็น หรือจับต้องตัวสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ จนกว่าจะถึงวันเวลาที่ได้ออกเดินทางท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา ดังนั้น พนักงานที่จะนำเสนอรายการได้ดีจึงต้องมีข้อมูลชัดเจน ตอบปัญหาข้อสงสัยของลูกค้าได้ดี สามารถโน้มน้าวลูกค้าให้คล้อยตามได้

1. ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการขายของธุรกิจนำเที่ยว
 - 1.1 การจัดรายการนำเที่ยวที่ต้องการเสนอขาย โดยจัดรายการให้น่าสนใจ คำนึงถึงเทศกาล
 - 1.2 การนำเสนอรายการนำเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ยึดประหยัด มีประสิทธิภาพ
 - 1.3 เตรียมบุคลากร หรือพนักงานฝ่ายขายที่มีคุณภาพ
 - 1.4 กำหนดวันในการชำระเงินค่านำเที่ยว
2. การกำหนดคุณสมบัติพนักงานขาย พนักงานขายที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้
 - 2.1 มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ คือ รายการนำเที่ยวที่จะเสนอขายเป็นอย่างดี ตอบคำถามลูกค้าได้
 - 2.2 มีความสามารถในการใช้วาทศิลป์ในการโน้มน้าวให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ
 - 2.3 มีจิตวิทยาการเข้าใจลักษณะและความต้องการของผู้ซื้อแต่ละประเภทได้
 - 2.4 มีความยืดหยุ่นในการขายและรับฟังความคิดจากลูกค้า สามารถหาทางออกให้ลูกค้าได้
 - 2.5 มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี



- 2.6 เป็นผู้มีความบุคลิกภาพดี เป็นที่ไว้วางใจ น่าเชื่อถือ จากลูกค้า
 - 2.7 เป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต ให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ไม่หลอกลวง
 - 2.8 เป็นคนตรงต่อเวลา บริหารเวลาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่องานขาย
3. เทคนิคในการขายเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ โดย ทอดด์ และ ไรซ์
- 1) เทคนิคการขายหน้าร้าน พนักงานควรยึดแนวปฏิบัติ ดังนี้
 - ให้ความสนใจอย่างจริงจังกับลูกค้า และเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า
 - พยายามป้อนคำถามเพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้าแต่ไม่ใช่ละลาบละลั้งเรื่องส่วนตัว
 - พยายามตอบข้อซักถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า
 - พยายามทำให้ลูกค้าจองหรือซื้อสินค้า โดยใช้วิธีที่จับใจเหมือนไม่เป็นการบังคับ
 - ต้องทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า โดยการทำให้ลูกค้าแน่ใจในตัวสินค้า
 4. เทคนิคการขายทางโทรศัพท์
 - ต้องมีความกระตือรือร้น พยายามฝึกเสียงให้ฟังดูน่าเชื่อถือ
 - ให้ความสนใจในการสนทนา
 - ถ้ามีความเหนื่อยหรือเครียดควรพัก เพราะถ้าขึ้นรับโทรศัพท์อารมณ์และน้ำเสียงจะออก
 - ใช้ความพยายามในการใช้เสียงพูดให้น่าสนใจ ใช้จังหวะปกติ อย่าเร็วหรือช้าเกินไป
 - พยายามฝึกอธิบายให้เกิดจินตภาพ และลูกค้าเข้าใจสิ่งที่พยายามอธิบาย
 5. วิธีการกระตุ้นพนักงานขาย ให้มีความกระตือรือร้นในการขาย มีหลายวิธี ได้แก่
 - การแข่งขัน ในการสร้างยอดขายระหว่างพนักงาน โดยมีการกำหนดรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ
 - การฝึกอบรมการขายและการประชุมทางการขาย เพื่อได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานขายด้วยกัน และได้เข้าใจในข้อมูลรายละเอียดของสินค้า

- การให้รางวัลแก่พนักงานขายที่ปฏิบัติงานยอดเยี่ยม เช่น ยอดขายดีเด่น หากลูกค้าใหม่ได้มาก

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดและการขาย

1. รายการนำเที่ยวไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ
2. ระยะเวลาที่กำหนดในรายการไม่สามารถเปลี่ยนแปลงให้ตรงกับช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการ
3. การดำเนินงานขัดข้องอันเนื่องมาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ได้ตามที่ตกลงกันไว้
4. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์มีจำกัด
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถกระจายข่าวสารได้ทั่วถึง
6. มีภาวะ การแข่งขันสูง ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดถูกแบ่งไป
7. ปัญหาผลกระทบจากการยกเลิกการจองของลูกค้าซึ่งจะทำให้บริษัทฯ รายได้

เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดและการขายของธุรกิจนำเที่ยวที่อาจเกิดขึ้น ผู้จัดรายการหรือบริษัทอาจยึดหลักการดำเนินงาน ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง ไม่ใช่การคาดหมาย
2. ช่วงเวลาในการจัดนำเที่ยว ต้องเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าเป้าหมายสามารถใช้บริการได้
3. ต้องมีความสัมพันธ์และการประสานงานที่ดีกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และมีการยืนยันที่แน่นอนก่อนการเดินทางนำเที่ยวทุกครั้ง
4. ควรจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของธุรกิจ
5. หาวิธีที่จะ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และใช้งบประมาณน้อยที่สุด
6. ถึงแม้จะมีภาวะการแข่งขันสูง ให้ตระหนักว่าถ้าสินค้าของเราดี มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ดี ย่อมกระตุ้นให้เกิดการซื้ออย่างแน่นอน

ข้อคิดในการขายสำหรับงานธุรกิจนำเที่ยว

1. บริษัทควรเสนอคุณภาพของรายการนำเที่ยวให้เหมาะสมกับราคา
2. บริษัทควรจัดคุณภาพของรายการนำเที่ยวให้ตรงตามมาตรฐานที่เสนอขาย หรือให้สัญญา
3. ผู้จำหน่ายหรือบริษัทต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีความรับผิดชอบ

โดยสรุปตลาดการท่องเที่ยวครอบคลุมในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงการบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น ได้แก่ คุณภาพของบริการ เพราะบริการจับต้องไม่ได้ จึงเป็นการยากที่จะสร้างมาตรฐานสำหรับวัดคุณภาพ ราคา (Price) การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะได้รับรู้บริการด้วย หากลูกค้าไม่ค่อยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจคุณภาพ จะใช้การประเมินด้วยราคา ราคาจึงมีบทบาทสำคัญในการซื้อคุณภาพ ช่องทางให้บริการ (Place) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการ การจัดการให้มีการรับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งหนึ่งที่ทำทลายการสื่อสารการตลาดของบริการคือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อ อาจจำเป็นที่พนักงานขายต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และให้ประโยชน์อย่างไร ส่วนมากใช้การโฆษณา พนักงานให้บริการ (People) จำเป็นต้องมีการเลือก การฝึกอบรมและการจูงใจ เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการขายบริการ จึงจำเป็นต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการมากที่สุด

2.4. แนวคิดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 149) ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึงการดำเนินการเพื่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลากรทุกระดับ ตามกรอบที่กำหนดอย่างมีจุดมุ่งหมายชัดเจน ผลลัพธ์ของการดำเนินการ ส่งผลให้ตัวบุคคลากรมีศักยภาพเหมาะสมต่อการประกอบอาชีพและการปฏิบัติงานในองค์กร

ไพโรจน์ อุลิต (2546) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ได้สร้างไว้อย่างมีเป้าหมาย เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้มีโอกาสเรียนรู้ร่วมกัน โดยการศึกษา

อบรมปฏิบัติทดลองและการพัฒนาเป็นการดำเนินการเพิ่มพูนความรู้ ศักยภาพในการปฏิบัติงาน ตลอดจนปรับปรุงพฤติกรรม ให้มีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ในความรับผิดชอบให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อองค์กรซึ่งส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ของตนเองและความเจริญก้าวหน้าขององค์กร

มนตรี เข้มกสิกร (2539: 9) กล่าวโดยสรุปว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การทำคนให้เป็นคน โดยสมบูรณ์ มีความรู้ ความสามารถ และคุณธรรมเต็มตามศักยภาพของแต่ละคน

มัลลี เวชชาชีวะ (2524: 1) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ขององค์กรเป็นรายบุคคลให้เขามีความพร้อมที่จะทำงานในหน้าที่ของเขาให้ได้ผลดีแก่องค์กรมากที่สุด

บรรยงค์ โตจินดา (2543: 187) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง นโยบายการพัฒนาคณะเยาวชน เริ่มตั้งแต่เกิด เข้าโรงเรียน ได้รับการฝึกฝนอบรมจนกระทั่งทำงานก็ยังมี การฝึกฝนอบรมอยู่ การพัฒนาคณะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและมีขั้นตอน

นงนุช วงษ์สุวรรณ (2544: 195) ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า หมายถึง กระบวนการดำเนินการที่เพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรในองค์กรให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีและมีประสิทธิภาพทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้า

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2533: 5) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การปรับปรุงคุณภาพด้านทักษะการจ้างงาน โดยเน้นความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้สามารถให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

พยอม วงศ์สารศรี (2540: 165) กล่าวว่า การพัฒนา หมายถึง การทำให้มีคุณภาพมากขึ้น ในกรณีที่เกี่ยวข้องบุคคล คือ การดำเนินการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานที่ตนรับผิดชอบ ให้มีคุณภาพประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจแก่องค์กร

เสาวลักษณ์ สิงห์โกวินท์ (2527: 2) ได้สรุปความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า การพัฒนาบุคคลเป็นความหมายที่กว้างและครอบคลุม เพราะอาจจะหมายรวมถึงวิธีการและเทคนิคต่างๆ ที่ช่วยให้บุคคลมีความเจริญเติบโตทางสมองและจิตใจ เพื่อให้มีความก้าวหน้าทางด้านหน้าที่การงาน แนวทางต่างๆ ที่ใช้ในการพัฒนาบุคคลในองค์กรจึงมีหลายแนวทางและเรียกชื่อต่างๆ กันออกไป เช่น การฝึกอบรม การพัฒนาการจัดการ การพัฒนาองค์กรและ ฯลฯ

จิระ หงส์คารมณ (2535: 5) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การปรับปรุงคุณภาพทักษะ การจ้างงาน โดยเน้นความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Harbison F.H. and Myers, C.A. ให้ความหมายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า หมายถึง กระบวนการการเพิ่มความรู้ ทักษะ และความสามารถของปวงชนในสังคม

Arthur M. Whitehill, Jr. ได้ให้ความหมายของการพัฒนาบุคคลว่า จำแนกออกเป็นการฝึกอบรม (training) และการศึกษา (education) ซึ่งการฝึกอบรมหมายถึงการฝึกอบรมให้เหมาะกับงาน ส่วนการศึกษาหมายถึง การให้ความรู้เพื่อให้บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและงานในหน้าที่

William G. Scott and Terrence R. Mitchell ได้ให้ความหมายของการพัฒนาบุคคลว่า หมายถึง กระบวนการที่จะช่วยเสริมสร้างให้บุคคลแต่ละคนก้าวไปในหน้าที่การงานที่สูงขึ้น ช่วยให้มีความสัมพันธ์กับองค์การดีขึ้น ตลอดจนช่วยให้ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเป็นอย่างดี

Randy L. Desimone and David M. Harris (1998: 2) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการวางแผนกิจกรรม เพื่อเตรียมบุคลากรให้มีความชำนาญเฉพาะด้านทางอาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต กิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรเริ่มต้นเมื่อบุคคลเริ่มเข้าทำงาน โดยไม่คำนึงว่าคนคนนั้นจะเป็นผู้บริหารหรือพนักงาน โปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและเป็นการบูรณาการของยุทธวิธีและแผนการทำงานระยะยาวขององค์การ เพื่อให้แน่ใจในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

Nadler and Nadler (1994: 19) ได้กล่าวว่า การพัฒนามนุษย์ คือ การเรียนรู้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการค้นหาความสามารถของบุคลากร การเรียนรู้เป็นกิจกรรมที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องขององค์การ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องให้ความสำคัญและจัดสรรเวลา เพราะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นผลประโยชน์ของบุคคลและองค์การ สิ่งสำคัญควรคำนึงถึงในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติงานและความก้าวหน้าของบุคลากร

ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

พิชัย ลีพิพัฒน์ไพบูลย์ (2536: 130-131) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นหัวใจสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงองค์การ มนุษย์จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาตลอดเวลา เพื่อให้มนุษย์มีความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การที่มนุษย์จัดทำสิ่งใหม่ๆ จะเป็นบ่อเกิดทำให้เศรษฐกิจและสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ก่อนจะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผู้บริหารระดับสูงขององค์การต้องพิจารณาถึงหลักการบริหารว่ามีจุดใดบ้างที่จะต้องพัฒนา

มนตรี แยมกสิกร (2539: 9) กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า ทรัพยากรมนุษย์ จัดเป็นทรัพยากรพื้นฐานอันสำคัญของชาติเพราะ

1. ทรัพยากรมนุษย์จัดเป็นพลังอำนาจของชาติประการหนึ่งที่จะบ่งบอกถึงศักยภาพของชาติ นอกเหนือจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การทหาร การเมือง วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และอื่นๆ

2. ทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้นเหตุแห่งการพัฒนาทั้งปวง แม้ว่าประเทศจะมีทรัพยากรมากมายมหาศาลเพียงใด มีเงินทุนมากเพียงใด แต่ถ้าบุคลากรไร้ประสิทธิภาพ จะทำให้การใช้ทรัพยากร เงินทุน แลอื่นๆ อย่งไร้ประสิทธิภาพ ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาอย่างน่าเสียดาย

3. ปัจจัยตัวชี้วัดระดับการพัฒนาประเทศประการหนึ่ง คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อันประกอบด้วย ปริมาณประชากรที่ไม่รู้หนังสือในชาติ ปริมาณประชากรวัยเรียน (18-24 ปี) ที่มีโอกาสศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ดังเช่น ในปัจจุบันประเทศไทยประชากรในวัย 18-24 ปี ที่มีโอกาสศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในอัตราร้อยละ 14 นอกจากนั้น จำนวนปีเฉลี่ยของ ประชากรที่มีโอกาสได้รับการศึกษาก็ยังเป็นปัจจัยตัวชี้วัดความพร้อมด้านกำลังคนระหว่างประเทศด้วย

สุวิทย์ มาตะมัน (2544: 24) กล่าวว่า การพัฒนาประชากรหรือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นเรื่องที่ถูกสังคมให้ความสำคัญ การพัฒนาประเทศจึงต้องพัฒนาประชากรและพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กัน ไป เพื่อผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากรและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นไปอย่างสอดคล้องเกื้อหนุนกัน ดังจะเห็นได้ว่าประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประชากรมักจะประสบผลสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมบรรลุถึงระดับคุณภาพชีวิตที่พึงประสงค์ แม้ว่าจะขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ หรืออาจจะเผชิญกับภัยธรรมชาติอย่างรุนแรง ในขณะที่บางประเทศมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ แต่ละเลขาต่อการพัฒนาประชากรทั้งในทางปริมาณและคุณภาพ และไม่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะประชากรขาดคุณภาพ มีศักยภาพต่ำและไม่เอื้อต่อกระบวนการพัฒนาประเทศอีกทั้งเป็นปัญหาของสังคม

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 152) ได้กล่าวถึงเหตุผลที่ต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับองค์การคือ มนุษย์ การถอยหลัง การหยุดอยู่กับที่ หรือเจริญก้าวหน้า ต่างมีมนุษย์ในองค์การเป็นศูนย์กลาง ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาและการอยู่รอดขององค์การ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2533: 7) กล่าวโดยสรุปว่า สภาวะเศรษฐกิจและสังคมตลอดจน โครงสร้างเศรษฐกิจและเทคโนโลยีได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์จึงต้องมีการพัฒนาและสร้างคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องและดำเนินควบคู่กันตลอดไป ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

เสน่ห์ จุ้ยโต (2546) กล่าวถึงความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า จากการที่ประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนที่ 1 จะเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจ, แผนที่ 2 ถึงแผนที่ 7 เน้นเศรษฐกิจและสังคม จนกระทั่งถึงแผนที่ 8 และ จะมุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีความเชื่อในเรื่องการพัฒนากองเมืองเศรษฐกิจ สังคม ควรจะเริ่มที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ก่อน ถ้ามนุษย์มีคุณภาพดีแล้วจะทำให้เศรษฐกิจ การเมือง สังคมดีด้วย

วัตถุประสงค์ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ไพโรจน์ อุติต (2546) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า

1. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านผลผลิตของพนักงานและเพิ่มผลกำไรให้องค์การ ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและผลผลิตขององค์การในทศวรรษนี้เด่นชัดขึ้น ยังผลให้การเพิ่มผลผลิตได้กลายเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัทแทบทุกบริษัท วิธีการที่ใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะช่วยพัฒนาทักษะในด้านการปฏิบัติงาน กระตุ้นให้มีแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงด้านผลผลิตของพนักงานและมีการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผลกำไรของบริษัทสูงตามขึ้นไปด้วย

2. เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้วิธีการ ทักษะ และเทคโนโลยีที่ล้าสมัยในการปฏิบัติงานของทุกระดับในองค์การ โปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะช่วยพัฒนาทักษะ ในการทำงานตามความถนัดและความสนใจของพนักงานทุกระดับให้ทันสมัยควบคู่ไปกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้ก้าวหน้าไปดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้นในสายงาน โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานที่มีความสามารถได้พัฒนาให้มีความรู้ในงานสูงขึ้นตามขีดศักยภาพสูงสุดที่มีอยู่ ตลอดจนให้มีทัศนคติที่เอื้ออำนวยต่อการ ไปปฏิบัติงานในตำแหน่งที่สูงขึ้นกว่าเดิม

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 151-152) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ

1. พัฒนาความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ (Technical Know – How) การพัฒนาด้านนี้จะเกิดขึ้นเมื่อ ภารกิจที่ต้องทำ ความรับผิดชอบ นโยบาย ระเบียบ กฎข้อบังคับ แนวปฏิบัติ ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือมีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น จนทำให้นุคลากรก้าวตามไม่ทัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง จึงจำเป็นต้องดำเนินการให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถให้ทันอยู่เสมอ เพื่อก้าวหน้าหรือก้าวทันองค์การอื่น

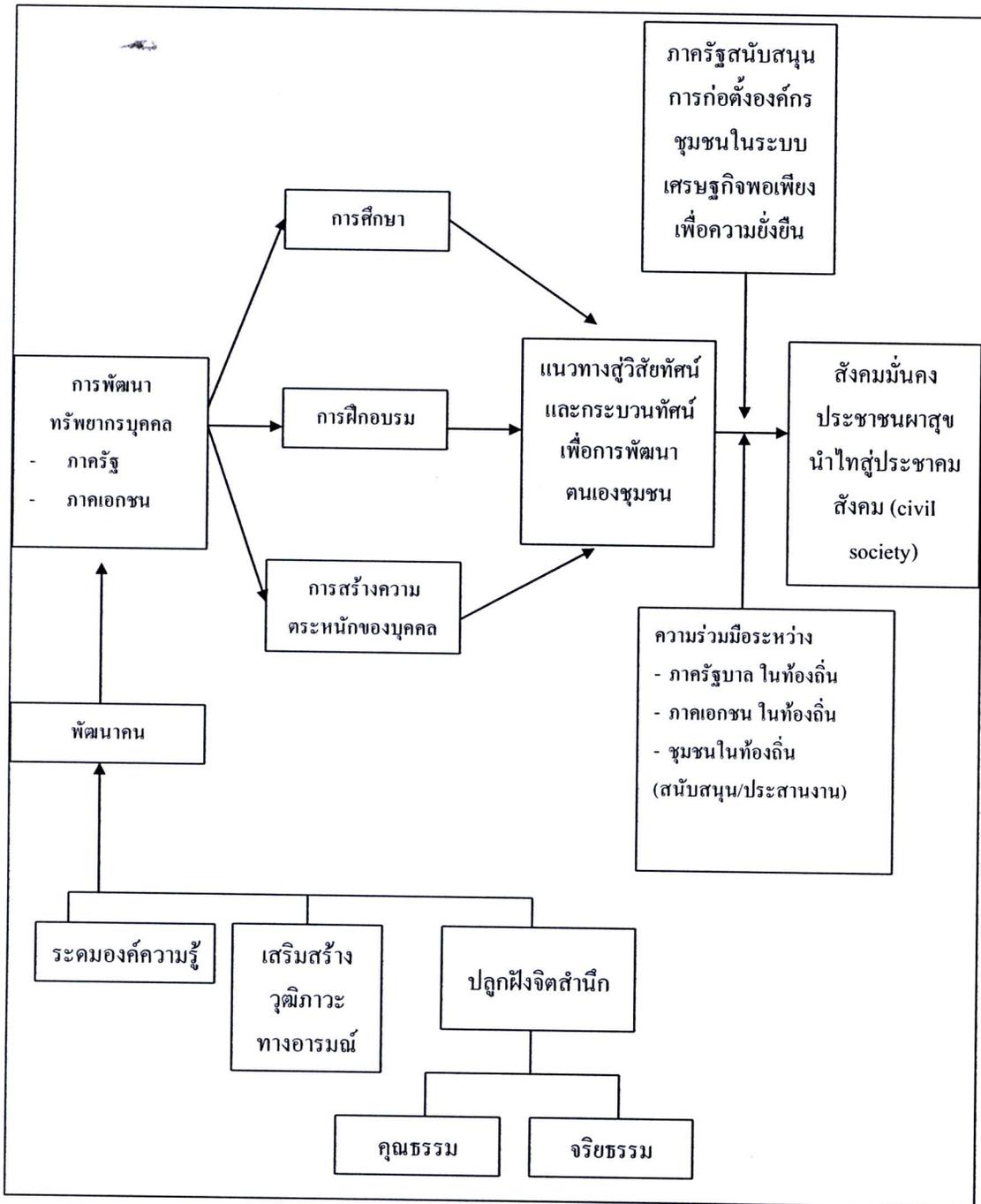
2. พัฒนาทักษะหรือประสบการณ์ (Skill or Experiences) บุคลากรแต่ละคนต้องการทักษะสำหรับการปฏิบัติงานแตกต่างกันไป บุคลากรระดับปฏิบัติต้องการทักษะที่แตกต่างไปจากผู้บริหารระดับต้น ผู้บริหารระดับที่สูงขึ้นไปย่อมต้องการทักษะที่แตกต่างออกไปเช่นกัน หรือแม้แต่นักวิชาการระดับเดียวกันยังต้องการทักษะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดแข็ง จุดอ่อน ความจำเป็นของแต่ละบุคคล และลักษณะงานเปลี่ยนไปจากที่เคยปฏิบัติ การพัฒนาทักษะ และประสบการณ์ ทำได้โดยการให้บุคลากรมีโอกาสดำเนินการฝึกปฏิบัติ ทั้งภายในและนอกองค์กร การหรือให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นกับบุคลากรองค์กรอื่น ที่ปฏิบัติงานลักษณะใกล้เคียงกัน

3. พัฒนาเจตคติ (Attitudes) เจตคติต่องานและองค์กรของบุคลากร มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน หากมีเจตคติในทางบวกหรือสร้างสรรค์ ผลการปฏิบัติงานย่อมมีคุณภาพสูง แต่ถ้าบุคลากรมีเจตคติไปในทางลบย่อมเกิดผลในทางตรงกันข้าม สร้างความหนักใจให้แก่ผู้บังคับบัญชา และอาจทำให้มีอุบัติเหตุรุนแรงจากการปฏิบัติงานได้ เกิดความสูญเสียทรัพย์สิน อาจบาดเจ็บหรือถึงขั้นเสียชีวิต เจตคติเป็นเรื่องของจิตใจ เป็นปัจจัยขั้นต้นที่กระตุ้นให้คนทำงาน ดังนั้นแม้ว่าบุคลากรจะมีระดับการพัฒนาความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ และมีการพัฒนาทักษะและประสบการณ์ในระดับสูงเพียงใดก็ตาม แต่หากเขามีเจตคติในทางลบเสียแล้ว การปลดปล่อยพลังความรู้ความสามารถและทักษะประสบการณ์ที่มี ย่อมลดต่ำลง ทำให้ได้ผลงานต่ำกว่ามาตรฐาน ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคลากรมีเจตคติในทางบวกแต่ยังขาดความรู้ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ นั่นคือ เขายังมีใจพร้อมจะพัฒนาตนเองและสามารถพัฒนาในระดับตนเองได้ไม่มากนัก

ในระดับมหภาค การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหน้าที่ของรัฐบาลโดยตรง มีหน่วยงานหลักทำหน้าที่คือ กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย โดยมีสถาบันการศึกษาทุกระดับตั้งกระจายในทุกภูมิภาค ทำหน้าที่เป็นหน่วยผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนการศึกษาชาติ และให้เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วัตถุประสงค์ที่มีในแผนการศึกษาชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จัดเป็นวัตถุประสงค์ระดับชาติครอบคลุมทุกกิจการ วัตถุประสงค์ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระดับจุลภาคจึงต้องสอดคล้องกับระดับมหภาค หน้าที่นี้เป็นของฝ่ายบริหารองค์กรโดยตรง ที่ต้องศึกษาแผนระดับมหภาคและดูแลงานของตนให้สอดคล้อง (บุญเลิศ กลิ่นรัตน์, 2542: 152)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้มีการเปลี่ยนจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศใหม่ โดยเน้นให้คนเป็นศูนย์กลาง หรือเป็นจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนา การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมือการพัฒนา ไม่ถือเป็นเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา ทั้งนี้

เพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ “ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมมีสมรรถภาพ เสรีภาพ ความยุติธรรม และมีการพัฒนาที่สมดุลบนพื้นฐานของความเป็นไทย” ซึ่งจะเป็นการพัฒนาในลักษณะที่ต่อเนื่อง และยั่งยืน ทำให้คนไทยส่วนใหญ่มีความสุขที่แท้จริงในระยะยาว การพัฒนาประเทศ โดยเน้นให้คนเป็นศูนย์กลาง หรือจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนา หมายถึง การพัฒนา “เพื่อคน และโดยคน” จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิด วิธีการและกระบวนการวางแผนจากการพัฒนาแยกเป็นส่วนๆ หรือเรื่องๆ ตามรายสาขาเศรษฐกิจสังคม มาเป็นการพัฒนาแบบรวมส่วน หรือแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์เชื่อมตงซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ ให้เอื้อต่อการพัฒนาคน กล่าวคือ การพัฒนาคนจะต้องมุ่งเน้นพัฒนาคนไทยทุกคนอย่างเต็มที่ตามศักยภาพ ทั้งทางกาย จิตใจและสติปัญญา เพื่อให้เป็นทั้งคนดี คนเก่ง มีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ และให้คนไทยทุกคนมีสิทธิ มีโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ รวมทั้งมีส่วนร่วมการพัฒนาประเทศทุกขั้นตอนอย่างแท้จริง ตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมติดตามประเมินผลร่วมคิดตามแนวคิดและดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศมีประสิทธิภาพ มีความยั่งยืน มีการกระจายความเจริญอย่างทั่วถึง เป็นธรรม ทำให้คนไทยส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนามากยิ่งขึ้น ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ดังภาพที่ 6 (สุวิทย์ มาตะมัน, 2544: 28)



แผนภาพที่ 2.6 รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคลไปสู่สังคมที่มั่นคงและประชาชนมีความสุข
ที่มา: สุวิทย์ มาตะมัน (2544: 29)

โดยสรุปแล้วการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการปรับปรุงพัฒนา และเพิ่ม
ทักษะ เพิ่มความรู้ให้บุคคลมีความชำนาญเฉพาะด้านที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร
โดยอาศัยการเรียนรู้ ฝึกอบรม และการศึกษา

2.5. แนวคิดในการฝึกอบรม

ความหมายของการฝึกอบรม

ไพโรจน์ อุติต (2546) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่องค์กร ดำเนินการ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้ ในด้านต่างๆ คือ ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทักษะ (Skills) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งส่งผลให้เกิด การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของผู้เข้ารับการอบรมไปในทางที่องค์กรต้องการ ซึ่งจะมีผลทำให้การ ปฏิบัติงานในองค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Dale S.Beach (1970: 129) ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ว่า หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้และมีความชำนาญ โดยมุ่งให้คนงานหรือพนักงาน ได้รู้ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมุ่งให้คนงานหรือพนักงาน ได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะและเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบุคคลไปในทางที่ต้องการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533: 164) ให้ความหมายการฝึกอบรมว่า หมายถึง กระบวนการที่ เกิดขึ้น เป็นระบบ เพื่อที่จะหาทางให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/หรือเจตคติของพนักงาน เพื่อที่จะให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต และให้เกิดผลสำเร็จต่อ เป้าหมายขององค์กร

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 170) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรม คือ กิจกรรมซึ่งวางแผนจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ และใช้กิจกรรมนั้นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ องค์กร ในด้านความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงาน ทักษะประสบการณ์และเจตคติที่มีต่อองค์กร โดยมุ่งให้เกิดพฤติกรรมใหม่ที่พึงประสงค์มาทดแทนพฤติกรรมเดิมซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพการ ปฏิบัติงานซึ่งเปลี่ยนแปลงไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน

رأไพพรรณ อภิชาติพงษ์ชัย (2545: 4) ได้สรุปความหมายของการฝึกอบรมว่า การ ฝึกอบรมเป็นขบวนการพัฒนาบุคลากรที่มีการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อให้ บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจ และความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพทั้งในปัจจุบันและ อนาคต

พยอม วงศ์สารศรี (2538:168) กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ กระบวนการซึ่งบุคคลได้ เรียนรู้เกี่ยวกับความรู้ ทักษะและทัศนคติ ซึ่งจะช่วยให้ตนสามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็น องค์กรประกอบขององค์กรให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

Plunkett (1989: 407-409) กล่าวว่า การฝึกอบรม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงการทำงานของพนักงาน เพื่อให้มีเจตคติ ความรู้ และทักษะเพิ่มขึ้น

Cronk and Other (1994: 58) ได้กล่าวถึงความหมายของการฝึกอบรมว่าเป็นกระบวนการในการปรับปรุงความสามารถของพนักงาน เพื่อช่วยให้พนักงานและองค์กรได้บรรลุวัตถุประสงค์

นงนุช วงษ์สุวรรณ (2544: 207) ได้สรุปสาระสำคัญของ การฝึกอบรมไว้ว่า

1. การฝึกอบรมเป็นกระบวนการพัฒนาบุคลากรในองค์กรทั้งผู้บริหารและพนักงาน ให้มีความรู้ ทักษะและเจตคติ ที่เปลี่ยนไปในแนวทางการพัฒนางานให้ดีขึ้น สมบูรณ์ขึ้น
2. การฝึกอบรมประกอบไปด้วยกิจกรรม และวิธีการฝึกอบรมต่างๆ กัน ตามวัตถุประสงค์และลักษณะขององค์กร
3. การฝึกอบรมจะจัดเพื่อพัฒนางานที่ปฏิบัติในปัจจุบันและแนวโน้มของลักษณะงานในอนาคต
4. การฝึกอบรมจะดำเนินการในช่วงเวลาหนึ่ง อย่างมีระบบแบบแผน เมื่อต้องการพัฒนาบุคคลให้มีความรู้ ความสามารถและเจตคติเพิ่มขึ้น

บรรยงก์ โดจินดา (2543: 199) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง การช่วยใ้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการยกระดับความสามารถของบุคลากรทุกวิถีทางให้เท่าเทียมกับงานที่มอบให้ทำ การฝึกอบรมเป็นกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะการทำงานให้เป็นไปตามความต้องการของบุคคลและนโยบายขององค์กร

มัลลี เวชชาชีวะ (2524: 49) กล่าวว่า การฝึกอบรมหมายถึง “กระบวนการช่วยคนทำงานให้มีประสิทธิผลในงาน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต”

ความจำเป็นและสำคัญในการฝึกอบรม

การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีหรือเทคนิควิทยาที่สำคัญ และจำเป็นสำหรับหน่วยงานต่างๆ ที่จะต้องบริหารด้านบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนผู้มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะอย่างให้แก่หน่วยงานได้ดี เป็นการพัฒนาคนและพัฒนาฝีมือและแรงงานของตน จำแนกความสำคัญของการฝึกอบรมได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยป้องกันปัญหา (preventive) ตามปกติแล้วผู้ที่สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ มักจะมีความรู้ด้านทฤษฎี ตามหลักสูตรการเรียนในโรงเรียน วิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยที่สำเร็จการศึกษา แต่ยังไม่สัมผัสจนเกิดความชำนาญในการปฏิบัติจริง และเนื่องจาก

การนำทฤษฎีเข้าสู่ภาคปฏิบัติ เป็นของยากที่ต้องอาศัยกลเม็ดเด็ดพรายของผู้ปฏิบัติงานผู้มีใช้บ่อย หลังจากการสอบคัดเลือก หรือคัดเลือกบุคลากรตำแหน่งต่างๆ ของหน่วยงานราชการแล้ว สำนักงานสรรหาบุคลากรมักจะจัดการปฐมนิเทศขึ้น เพื่อแนะนำชี้แจง ให้คนงานรู้จักระเบียบวินัย ของหน่วยงานราชการ การปฏิบัติตนในโอกาสต่างๆ และการปรับตนให้เข้ากับบุคคลและ สิ่งแวดล้อม ช่วยให้บุคคลเกิดความมั่นใจ ในการไปปฏิบัติงานในหน่วยงานมากยิ่งขึ้น และ เนื่องจากเข้าใจและทราบล่วงหน้าก่อนแล้วในหลายๆ อย่าง จึงไม่มีปัญหาในการปรับ เมื่อคนอยู่ ร่วมกับบุคคลต่างๆ ที่ร่วมงานกัน ช่วยให้มีความตั้งใจและมีขวัญในการทำงาน เพิ่มพูนประสิทธิภาพ ของงานให้สูงขึ้น

2. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยแก้ไขปัญหา (curative) ในการปฏิบัติงานของคนในแต่ละหน่วยงานนั้น คนงานมักประสบปัญหาในการทำงานอยู่เสมอ ในบรรดาปัญหาที่เกิดขึ้น ใหม่ๆ ที่ได้ป้องกันแล้วอย่างรอบคอบ มีปัญหาเรื่องการไม่รู้จักรใช้เครื่องมือ เครื่องใช้อันทันสมัย ที่นำมาใช้ช่วยผ่อนแรง ให้ความสะดวกในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมจึงเข้าไปมีบทบาทช่วยแก้ไข ปัญหาเหล่านี้ให้ลุล่วงไปได้

3. การฝึกอบรมเป็นการเสริมสร้างวิทยากรอันทันสมัยให้แก่บุคลากร ในแต่ละ หน่วยงานบุคลากรที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานต่างๆ อาจมีความรู้ตามหลักสูตรการเรียน การสอนที่ในโรงเรียน หรือวิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยเมื่อหลายปีก่อน แต่ในปัจจุบัน วิทยาการ เจริญก้าวหน้าไปมาก มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ ที่บุคลากรเหล่านั้นไม่เคยมี ประสบการณ์หรือเรียนรู้ ก็มีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้อีกครั้งหนึ่ง แต่ในขณะที่ทำงานไม่สามารถ กลับไปเรียนในโรงเรียนได้ การฝึกอบรมจึงมีบทบาทเข้ามาช่วยเหลือในด้านนี้ได้เป็นอย่างดี

4. การฝึกอบรมช่วยประหยัดรายจ่ายได้มาก เนื่องจากการฝึกอบรมเป็นกรรมวิธี ที่จัดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น ภายใต้งบประมาณที่จำกัดและฝึกอบรมกันเฉพาะบางหัวข้อที่ต้องการ เสริมความรู้ ทักษะ และประสบการณ์เท่านั้น จึงไม่ต้องลงทุนมากมาย และใหญ่โตเท่ากับการเรียน การสอนในโรงเรียน วิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยแต่อย่างใด

5. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้บุคลากรได้เรียนรู้ เพิ่มเติมประสบการณ์ โดยไม่ต้องเสียเวลาการทำงานปกติมาก จนก่อให้เกิดการทิ้งงานหรือเสียหาย เนื่องจากการจัดการ อบรมเป็นการจัดในช่วงเวลาที่สั้น อาจจัดนอกเวลาการทำงานตามปกติ หรือในวันหยุดสุดสัปดาห์ จึงไม่มีการลงทุนด้วยเวลามากเหมือนกับการเรียนการสอนกันตาม โรงเรียนหรือวิทยาลัย

6. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ก่อให้เกิดสามัคคีธรรมขึ้นระหว่างบุคลากรที่ ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน เนื่องจากการฝึกอบรมเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็น

แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน แก้ปัญหาด้วยกัน ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน มีประโยชน์ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้บุคลากร หรือคนงาน ได้มีโอกาสพัฒนา ทักษะและบุคลิกภาพของตนเอง ตลอดจนพัฒนาภาวะการเป็นผู้นำ ซึ่งเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ ในบางตำแหน่งซึ่งต้องอาศัยคุณสมบัติด้านนี้

8. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้บุคลากร หรือคนงานมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความพร้อมที่จะทำงาน กล้าเผชิญกับอุปสรรค และสามารถตัดสินใจได้คล่องแคล่วว่องไว ยิ่งขึ้น

9. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่สนับสนุนการศึกษาตลอดชีพ (life long education) ซึ่งเป็นความต้องการของบุคคล ในหน่วยงานต่างๆ ในปัจจุบัน

10. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยเหลือนักเรียนที่ลาออกกลางคัน เพราะ อุปสรรคต่างๆ ไม่สามารถเรียนต่อไปได้ และจำเป็นต้องเข้ารับตำแหน่งหน้าที่ในงานอาชีพที่ตนยังไม่ค่อยมีความพร้อมและไม่มีความมั่นใจ ให้มีความพร้อม และมีความมั่นใจในการเข้าปฏิบัติงาน ยิ่งขึ้น (น้อย ศิริโชติ, 2524: 6-8)

ธีระยุทธ พึ่งเทียบ และสุระพล สุยะพรหม (2543: 66-67) กล่าวว่า จากการศึกษา ของ พิลลิป คิง (King, 1979: 3) พบว่า ภารกิจด้านการฝึกอบรมนั้นเกิดขึ้นมาจากการที่องค์กรมีความจำเป็นในการที่จะต้องฝึกอบรมบุคลากรจำนวนมากในลักษณะที่เป็นระบบแบบแผน ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 การฝึกอบรมในระยะนั้นรู้จักกันดี ภายใต้ชื่อว่าการอบรม สอนงาน (job instruction training) ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการขยายงานด้านการฝึกอบรมให้มาเป็นกิจกรรมหลักที่สำคัญอย่างนี้จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ ซึ่งแต่ละองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล หรือ ภาคเอกชนต่างก็เห็นถึงความถึงความสำคัญของการฝึกอบรม ทั้งนี้เนื่องมาจากความจำเป็นต่อไปนี้

1. ไม่มีสถาบันการศึกษาใดๆ ที่สามารถผลิตคนให้มีความสามารถที่จะทำงานใน องค์กรต่างๆ ได้ในทันที องค์กรที่รับบุคลากรใหม่จึงต้องทำการฝึกอบรม เพื่อให้บุคคลเหล่านั้น สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะอย่างได้มีประสิทธิภาพ

2. สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เป็นผล ให้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานตลอดเวลา การฝึกอบรมที่ดีจะช่วยให้บุคลากรเรียนรู้ได้รวดเร็ว ยิ่งขึ้น

3. บุคลากรส่วนใหญ่ต้องการที่จะมีความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน การ ฝึกอบรมช่วยพัฒนาความสามารถของบุคคล

4. การลองผิดลองถูกอาจไม่ใช่วิธีการเรียนรู้การทำงานที่ถูกต้องและดีที่สุด เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานต้องฝึกฝนตนเองโดยการลองผิดลองถูกหรือสังเกตจากผู้อื่น ดังนั้นจึงต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้งานและอาจจะไม่ใช่วิธีการเรียนรู้การถูกต้องและที่ดีที่สุดด้วย

5. เมื่อองค์กรมีความสลับซับซ้อนย่อมเกิดปัญหาและข้อบกพร่องในการบริหารงานควรจัดการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน การฝึกอบรมจะช่วยจัดปัญหาต่างๆ ให้ลดน้อยลงหรือหมดไป อุปสรรคและความยุ่งยากในการทำงานส่วนหนึ่งจะมีสาเหตุเริ่มต้นมาจากการที่องค์กรนั้นไม่มีการฝึกอบรมบุคลากรของตน

พะยอม วงศ์สารศรี (2538: 169) ได้กล่าวถึง เหตุผลของของความจำเป็นที่จะต้องมีการฝึกอบรม ดังต่อไปนี้

1. องค์กรมุ่งหวังผลิตที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ผู้ที่จะทำให้องค์กรไปสู่เป้าหมายได้คือ บุคคลในองค์กร ถ้าพึ่งเพียงผู้จัดการหรือผู้บริหารยังไม่เพียงพอ จำเป็นต้องอาศัยบุคคลอื่นๆ ที่จะร่วมแรงร่วมใจกันทำงานให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจำเป็นต้องมีหน่วยงานสอนให้เขาได้เรียนรู้งานนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจในงานอันนำไปสู่ความรวดเร็วในการทำงาน และยังเป็นการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานนั้นๆ

2. ลักษณะงานขององค์กรมีความแตกต่างจากความรู้ที่ได้รับจากสถานศึกษา เพราะสถานศึกษาจะให้ความรู้ และฝึกฝนสิ่งที่กว้างๆ อาจไม่ได้เฉพาะเจาะจงและมีลักษณะพิเศษตามลักษณะเฉพาะของงานในองค์กร ดังนั้นผู้สำเร็จการศึกษาจำเป็นต้องได้รับการเรียนรู้งานนั้นก่อนทำงานเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปฏิบัติงานอันเป็นผลให้ทำงานด้วยความสบายใจ

3. งานในองค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงนี้จำเป็นต้องมีการปรับสิ่งต่างๆ ให้เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะงาน หรือการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

4. บุคคลในองค์กรจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา โดยธรรมชาติของมนุษย์ เมื่อทำงานไปนานๆ ความเฉื่อยชา จะเกิดขึ้น ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นจิตใจให้เขาได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าเขาอายุมากแล้ว ปล่อยให้เด็กรุ่นหลังทำ จะต้องทำให้คนในองค์กรเกิดจิตสำนึกว่าทุกคนไม่มีใครแก่เกินเรียน

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 171) ได้กล่าวถึง เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องมีการฝึกอบรมดังต่อไปนี้

1. งานบางอย่างมีขอบเขตขยายกว้างขึ้น ทำให้ผู้ปฏิบัติต้องมีความรู้ความสามารถมากกว่าเดิม

2. ในทางตรงกันข้ามคุณลักษณะของงานบางประเภทเปลี่ยนไป ต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญแคบลง มีความลึกเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น บุคลากรจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความชำนาญในสิ่งนั้นทางลึกเป็นพิเศษ

3. มีงานเก่าจำนวนมากไม่มีความจำเป็นในปัจจุบัน ระบบวิธีการปฏิบัติล้าสมัย และกำลังจะล้าเลิกไป โดยมีงานใหม่ระบบใหม่เข้ามาแทน หรือแม้แต่แนวคิดทางการบริหารก็เปลี่ยนไปเช่นกัน เพราะศาสตร์ต่างๆ มีการพัฒนาองค์ความรู้อยู่ตลอดเวลา

อัมพร ศุภชาติวงศ์ (ม.ป.ป: 3-4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมในการพัฒนาบุคคลในองค์กร คือ

1. ไม่มีสถาบันการศึกษาใดๆ ที่สามารถผลิตคนให้มีความสามารถที่จะทำงานในองค์กรต่างๆ ได้ทันที องค์กรที่รับพนักงานใหม่ จะต้องทำการฝึกอบรม เพื่อให้บุคคลเหล่านี้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก องค์กรจะต้องหาทางที่จะทำให้คนสามารถทำงานในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ ได้ภายในระยะเวลาอันสั้น และการฝึกอบรมที่ถูกต้องจะช่วยให้คนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น

3. คนส่วนใหญ่ย่อมปรารถนาที่จะมีความก้าวหน้าสูงขึ้น การฝึกอบรมจะช่วยพัฒนาความสามารถของบุคคลจนถึงขีดความสามารถของแต่ละคน ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีโอกาสที่จะเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น นอกจากนี้องค์กรยังมีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนรับผิดชอบในระดับที่สูงขึ้นตลอดเวลา จึงควรพัฒนาบุคคลในองค์กรขึ้นมาเพื่อรับตำแหน่งสูง และคนที่ได้รับการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งจะเกิดขวัญ และกำลังใจที่จะปฏิบัติงานได้ทันที

วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

น้อย ศิริโชติ (2524: 9-10) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การฝึกอบรมเพื่อให้บุคคลสามารถที่จะทำงานในตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคคลให้ถึงขีดความสามารถ เพื่อการสับเปลี่ยนโยกย้ายตัวบุคคล ในการปฏิบัติหน้าที่การงานและเพื่อเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งต่อไปในอนาคต

รูปแบบและประเภทของการฝึกอบรม

น้อย สิริโชติ (2524: 11-12) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การฝึกอบรมก่อนทำงาน (pre-service training)

การฝึกอบรมก่อนทำงานเป็นการฝึกอบรมก่อนที่บุคคลผู้นั้นจะเริ่มทำงาน ในตำแหน่งหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งในองค์การ การฝึกอบรมก่อนทำงานแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การปฐมนิเทศ (orientation)

1.2 การแนะนำงาน (induction training)

2. การฝึกอบรมระหว่างทำงาน (in-service training)

การฝึกอบรมระหว่างทำงานเป็นการฝึกอบรมภายหลังจากที่บุคคลได้เข้ามาปฏิบัติงานในองค์การ หรือหน่วยงานแล้ว การฝึกอบรมประเภทนี้อาจเรียกว่า การฝึกอบรมบุคลากรประจำการก็ได้

Cronk and Other (1994: 60-61) และน้อย สิริโชติ (2524: 11-13) ได้กล่าวถึงประเภทของการฝึกอบรมที่ตรงกัน คือ การฝึกอบรมขณะทำงาน (on the job training) และการฝึกอบรมนอกที่ทำงาน (off the job training) มีรายละเอียดดังนี้

1. การฝึกอบรมขณะทำงาน หมายถึง การจัดการฝึกอบรมขณะที่บุคลากรขององค์การปฏิบัติงานในองค์การ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบไม่เป็นทางการและแบบทางการ

1.1 แบบไม่เป็นทางการ (informal) เป็นการให้ความรู้และการปฏิบัติงาน การสอบถาม การสังเกต การทำงาน เป็นต้น ในองค์การขนาดเล็กจะใช้วิธีการฝึกอบรมแบบไม่เป็นทางการมากกว่าองค์การขนาดใหญ่

1.2 แบบทางการ (formal) หมายถึง การฝึกอบรมที่มีรูปแบบการวางแผนซึ่งรวมถึงสิ่งต่อไปนี้

1.2.1 การเปลี่ยนงาน (job relation) เป็นการย้ายพนักงานจากงานหนึ่งไปอีกงานหนึ่ง เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถและทักษะมากขึ้น

1.2.2 การเป็นที่ปรึกษา (mentoring) พนักงานคนหนึ่งรับผิดชอบในการฝึกอบรมพนักงานคนอื่น เป็นการฝึกอบรมที่ให้พนักงานดูแลกันเอง มอบหมายให้คนที่มีความรู้ความสามารถพิเศษช่วยฝึกอบรมเพื่อนพนักงานด้วยกัน

1.2.3 การฝึกหัด (internship) พนักงานที่มีความรู้ความสามารถยังไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด จะได้รับการฝึกอบรมภายใต้การดูแลของที่ปรึกษา การฝึกหัดจะเป็นการเพิ่มเติมความรู้ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ

1.2.4 การมอบหมายงานพิเศษ (special assignment) จะช่วยเพิ่มเติมความรู้ และทักษะ

2. การฝึกอบรมนอกที่ทำงาน เป็นการฝึกอบรมนอกสถานที่ทำงาน ซึ่งอาจจะ ดำเนินการฝึกอบรมโดยทีมงานฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก

บรรยงค์ โตจินดา (2537: 200-201) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

1.1 การฝึกอบรมแบบปฐมนิเทศ (orientation) เพื่อรู้จักคน รู้จักงานและ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์และรู้จักสถานที่ต่างๆ ของที่ทำงาน เพื่อความคุ้นเคยและใช้ ประโยชน์

1.2 ฝึกไปในงาน (on – the – job training –OJT) คือทำงานไปเรียนรู้งานไปใน ตัวด้วย

1.3 ฝึกอบรมในห้องปฏิบัติการ (lab. or workshop) เพื่อทดสอบคิดค้นและ สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ

1.4 การฝึกหัดช่างฝีมือ (apprenticeship training) คือแบบ “start from the bottom” เรียนรู้งานตั้งแต่ขั้นตอนแรก

1.5 การกลับมาฝึกงานเพื่อเพิ่มประสบการณ์ (internship training) จัดให้สำหรับ ผู้ใกล้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร หรือผู้กลับมาศึกษาวิชาชีพเฉพาะอย่าง

1.6 การฝึกอบรมพิเศษ

2. แบ่งตามลักษณะงาน

2.1 ฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน (pre – service training)

2.2 เรียนรู้งานโดยทำงานไปด้วย (OJT) ในกรณีที่มีผู้ฝึกงานหรือเตรียมบรรจุน้อยราย โดยที่ลักษณะนั้นเป็นงานประจำ ทำตามขั้นตอน “Routine-work”

2.3 ฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความชำนาญ (inservice training) เป็นการฝึกอบรมเพื่อ พัฒนายกระดับฝีมือแรงงานหรือให้พนักงานเรียนรู้เทคนิควิธีการทำงานใหม่ๆ โดยในแต่ละ หน่วยงานหมุนเวียนพนักงานกันเข้าไปเข้ารับการฝึกอบรมระหว่างเวลาทำงาน

2.4 ส่งบุคลากรออกไปศึกษาดูงานภายนอกที่ทำงาน (off-the-job training) เพื่อ ได้รู้เห็นสิ่งใหม่ๆ ความเจริญก้าวหน้า ขยายทัศนคติให้กว้างไกลจะได้นำมาปรับปรุงใช้กับงานใน หน้าที่

Odiome (1978: 80) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมเป็น 3 ประเภท คือ

1. การฝึกอบรมทั่วไป (regular training program) เป็นการฝึกอบรมเพื่อสนองความต้องการขั้นต้น เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม

2. การฝึกอบรมก่อนเลื่อนตำแหน่ง (promotion training program) เป็นการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้น การฝึกอบรมประเภทนี้มักจะเน้นในเรื่องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน

3. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนา (innovation training program) เป็นการฝึกอบรมในขั้นสูง เน้นการมุ่งอนาคต เป็นการฝึกอบรมที่จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถพัฒนางานให้ก้าวหน้าขึ้น

บุญเลิศ กลิ่นรัตน์ (2542: 176-179) ได้จำแนกประเภทการฝึกอบรมออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน (pre-service training) มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการฝึกให้บุคลากร มีความรู้ความชำนาญในหน้าที่ซึ่งบุคคลนั้นจะต้องปฏิบัติต่อไป การฝึกอบรมประเภทนี้เหมาะที่จะใช้กับบุคลากรที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว แต่จำเป็นต้องสร้างความพร้อมให้ก่อน เมื่อถึงเวลาต้องปฏิบัติงานจริงก็สามารถทำได้ทันทีด้วยความมั่นใจ

2. การปฐมนิเทศ (orientation) ใช้สำหรับฝึกอบรมผู้เข้าทำงานใหม่ อาจเป็นการบรรจุแต่งตั้งใหม่ ย้ายหรือโอนจากหน่วยงานอื่นหรือภายในด้วยกัน วิธีดำเนินการปฐมนิเทศที่ใช้กันโดยทั่วไปมี 2 ลักษณะ บางองค์การอาจดำเนินการทั้ง 2 ลักษณะตามความเหมาะสม

1) ปฐมนิเทศเป็นรายบุคคล กระทำในระยะเริ่มต้นของการเข้าทำงาน โดยใช้ระยะเวลาไม่นานนัก จะกระทำภายในฝ่ายงานที่บุคคลผู้นั้นสังกัดซึ่งต้องปฏิบัติงานประจำ

2) การปฐมนิเทศซึ่งกระทำเป็นกลุ่มใหญ่พร้อมกันทั้งองค์การ และมีลักษณะเป็นพิธีการ

3. การฝึกอบรมขณะปฏิบัติงาน (on-the-job training) เป็นวิธีการฝึกอบรมที่ใช้กันแพร่หลายกับบุคคลระดับปฏิบัติ และกับผู้ที่จะเลื่อนไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง วิทยากรคือผู้บริหารองค์การระดับที่อยู่เหนือกว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรม การฝึกอบรมวิธีนี้เป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารองค์การโดยตรง

4. การฝึกอบรมด้วยการจัดประชุมหรืออภิปราย (conference or discussion) วิธีนี้ใช้กับผู้ปฏิบัติงานระดับเสมียน ระดับเทคนิคและระดับผู้บริหารระดับต้น ซึ่งคลุกคลีอยู่กับงานอย่างใกล้ชิด ผู้ที่จะเข้าฝึกอบรมวิธีนี้ต้องมีพื้นฐานความรู้เรื่องที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี เพราะต้อง

แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสนอแนะ หาทางแก้ไข ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำปัญหาที่พบในงานของตน เข้าที่ประชุมเพื่ออภิปรายด้วย จึงไม่ควรส่งตัวแทนเข้ารับการฝึกอบรมเพราะตัวแทนจะไม่สามารถออกความเห็นหรือเสนอแนะแนวทางได้เต็มที่นัก ทำให้การประชุมย่อหย่อนประสิทธิภาพ เพราะมีสมาชิกส่วนหนึ่งนั่งเฉย ทำตัวเป็นเพียงผู้ฟังที่ดีเท่านั้น

ธีระยุทธ พึ่งเทียร และสุรพล สุขะพรหม (2543: 99-101) กล่าวว่า การฝึกอบรมอาจจำแนกออกไปเป็นหลายประเภท คือ อาจจำแนกได้ตามคุณลักษณะของผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำแนกได้ตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม และตามระยะเวลาที่จัดให้มีการฝึกอบรม เช่น ก่อนเข้าทำงาน เป็นต้น ได้จำแนกการฝึกอบรมออกได้เป็นประเภทๆ ได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมปฐมนิเทศ (introduction or orientation) วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมปฐมนิเทศ คือ ต้องการให้ผู้ทำงานใหม่เป็นคณาณที่มีประโยชน์ในระยะเวลาอันสั้นที่สุด การฝึกอบรมปฐมนิเทศจึงมักจะใช้เวลาไม่มากนัก ในการให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานในหน้าที่ ความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่ทำสิทธิและหน้าที่ สวัสดิการที่จะได้รับตลอดจนนโยบายขององค์กรว่า มีอยู่อย่างไร

2. การฝึกอบรมการทำงาน (on the job training) การฝึกอบรมประเภทนี้ อาจเรียกได้อีกหลายอย่าง เช่น การฝึกอบรมทางเทคนิค และการฝึกอบรมการสอนงาน (job instruction training) วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมประเภทนี้ ได้แก่ การสอนและให้ความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานจริง ๆ แก่เจ้าหน้าที่ชั้นเสมียนพนักงานการฝึกอบรมการทำงานนี้ นิยมใช้กันมากที่สุดในวงการธุรกิจ เพราะเป็นการฝึกอบรมที่สอนให้คนทำงานได้จริง ๆ ได้ทำการฝึกอบรมกันในโรงงาน จึงมีการเรียกการฝึกอบรมแบบนี้ว่า เป็น Shop Training

3. การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ระดับผู้บังคับบัญชา (supervisory training) โดยทั่วไปการบริหารงานในหน่วยราชการ และองค์กรธุรกิจเอกชน จะแบ่งแยกระดับการทำงานออกเป็น 3 ระดับ คือ การบริหารงานระดับสุดยอด (top management) การบริหารระดับกลาง (middle management) และการบริหารงานระดับต้น (first line management) เจ้าหน้าที่ระดับผู้บังคับบัญชาทุกระดับมีหน้าที่ในการแบ่งมอบงาน ควบคุมงาน และวินิจฉัยสั่งการในเรื่องสำคัญ ๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการพัฒนาเป็นอย่างดี

4. การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ระดับนักบริหาร หรือเรียกว่าการพัฒนาผู้บริหาร (Executive development) นักบริหารหมายถึงบุคคลที่ดำรงตำแหน่งสูงสุดในสายการบังคับบัญชาขององค์กรและเป็นผู้ที่มีอำนาจในการวินิจฉัยชี้ขาดในเรื่องนโยบายสำคัญๆ วัตถุประสงค์ของการพัฒนาผู้บริหารก็เช่นเดียวกับการฝึกอบรมผู้บังคับบัญชา แต่เนื่องจากนักบริหารนั้นเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดในการกำหนดนโยบายขององค์กร และดูแลให้การบริหารบรรลุผลตาม

นโยบาย ดังนั้นการพัฒนานักบริหารจึงต้องเน้นหนักในด้านเพิ่มเติมความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้คน หรือการปกครองบังคับบัญชาคนมากกว่าที่จะให้ความรู้ทั่วไป

วิธีการฝึกอบรม

ธีระยุทธ พึ่งเทียร และสุรพล สุยะพรหม (2543: 102-104) ได้อธิบายถึงวิธีการฝึกอบรมที่นิยมใช้โดยทั่วไป มีรายละเอียดดังนี้

1. การบรรยาย (lecture) การบรรยายเป็นวิธีการฝึกอบรมที่เก่าแก่และใช้กันอย่างแพร่หลายที่สุดวิธีหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมประเภทใด เพราะการบรรยายเป็นการใช้ปากพูดให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายการทำให้เข้าใจเรื่องราวต่างๆ การพูดจะอำนวยความสะดวกที่สุด แต่การบรรยายในการฝึกอบรมนั้นผู้บรรยายจะต้องใช้เทคนิคหรืออุปกรณ์ประกอบการบรรยายด้วย และประการสำคัญที่สุด ก็คือผู้บรรยายจะต้องสร้างบรรยากาศที่ตรึงใจผู้เข้ารับการฝึกอบรมตลอดเวลา

2. การประชุมอภิปราย (conference) เป็นวิธีการฝึกอบรมวิธีหนึ่ง ส่วนใหญ่จะใช้ในการฝึกอบรมระดับผู้บังคับบัญชา ทั้งนี้เพราะการประชุมอภิปรายเป็นการประชุมเพื่อปรึกษาหารือร่วมกันขบปัญหาแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์และความคิดเห็น เพื่อจะก่อให้เกิดความเข้าใจในแนวเดียวกันและก่อให้เกิดการประสานงาน การประชุมอภิปรายจึงมักจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีจำนวนเป็นกลุ่มเล็กๆ ในลักษณะของการแยกองค์ประชุมใหญ่ออกเป็นการประชุมอภิปรายกลุ่มย่อย การฝึกอบรมที่ใช้วิธีประชุมอภิปรายโดยทั่วไป จะใช้ในการพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับนโยบายหรือแผนงานการแก้ปัญหาความขัดแย้งการวิเคราะห์ปัญหาและการชักจูงความเข้าใจในการปฏิบัติงานที่ดำเนินไปแล้ว

3. การแสดงบทบาทสมมติ (role playing) คือ การจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมแสดงเรื่องราวที่สมมุติขึ้นให้เหมือนกันกับเหตุการณ์จริงๆ โดยผู้แสดงจะไม่สวมบทบาทหรือเจรจามา ก่อน ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะของการเรียนโดยการลงมือทำ

4. การศึกษากรณีตัวอย่าง (case study) คือ การนำเอากรณีปัญหาพร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ซึ่งอาจเป็นเรื่องจริงที่สมมุติขึ้น ให้ประชุมพิจารณาศึกษาและวิเคราะห์ตลอดจนค้นหาวิธีการแก้ปัญหา

5. วิธีการสาธิต (demonstration) กล่าวได้ว่าการฝึกอบรมคนโดยวิธีการสาธิต เป็นวิธีที่เก่าแก่และใช้กันมานาน เนื่องจากเป็นวิธีการที่ง่ายและอำนวยความสะดวกทันตาเห็น เพราะการเรียนโดยการอธิบายประกอบการแสดงจากของจริง จะก่อให้เกิดความเข้าใจและจำได้อย่างดี

6. การสัมมนา (seminar) วิธีการฝึกอบรมที่เรียกว่า การสัมมนาส่วนใหญ่จะใช้นักบริหารหรือฝึกอบรม ผู้บังคับบัญชาชั้นสูง วิธีการสัมมนาก็คือจัดให้มีการประชุมกลุ่มไม่

ใหญ่ นัก และเปิดโอกาสให้ที่ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเสรี โดยมอบหมายให้ผู้ร่วมสัมมนาอภิปรายให้อยู่ในประเด็นที่พิจารณา

7. การฝึกการทำงาน (on the job training) คือการฝึกให้เจ้าหน้าที่ระดับต้น โดยการสอนแนะให้ทำงานได้จริงๆ

ซึ่งสอดคล้องกับ ฌักกูฟันซ์ เขจรนันท์ (2542:155) ได้กล่าวถึงวิธีการฝึกอบรมที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. การบรรยาย (Lecture) เป็นวิธีการที่ใช้กันมานานและแพร่หลายที่สุดวิธีหนึ่ง การฝึกอบรมแทบทุกประเภทจะมีการบรรยายแทรกอยู่ด้วยเสมอ การบรรยายที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้บรรยายจะต้องมีความรู้และมีทักษะในการพูด การสื่อความหมาย การใช้เทคนิคหรืออุปกรณ์ประกอบ และประการสำคัญที่สุดผู้บรรยายจะต้องมีความสามารถในการสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดใจผู้เข้าฟังตลอดเวลาเพื่อให้ผู้ฟังสามารถทำความเข้าใจได้มากที่สุด

2. การประชุม (Conference) การประชุมเป็นวิธีการที่นิยมในการฝึกอบรมพนักงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker) และผู้บริหารตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไป เพราะการประชุมจะมีการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความคิดเห็นระหว่างกัน

3. การแสดงบทบาทสมมุติ (Role Playing) การฝึกอบรมในรูปแบบนี้จะจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมุติขึ้น ให้เหมือนกับอยู่ในสถานการณ์จริงที่สุด เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้

4. การใช้กรณีศึกษา (Case Study) การฝึกอบรมโดยวิธีนี้ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกที่คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย Harvard (Harvard Business School) และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยวัตถุประสงค์สำคัญของการใช้กรณีศึกษาก็เพื่อต้องการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถประมวลความรู้ทักษะและประสบการณ์ที่มีมาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อนภายในระยะเวลาที่จำกัด เพื่อให้เกิดความชำนาญและสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

5. การสาธิต (Demonstration) การสาธิตเป็นวิธีการฝึกอบรมที่ใช้กันมานานเนื่องจากเป็นวิธีการที่ง่ายไม่ซับซ้อนและสามารถเห็นผลได้ในระยะเวลาสั้น เพราะเป็นการฝึกอบรมโดยแสดงจากตัวอย่างจริง โดยที่ผู้ฝึกสอนจะแสดงตัวอย่างพร้อมทั้งอธิบายให้ผู้เรียนฟังถึงขั้นตอนต่างๆ พร้อมทั้งอาจจะมีการทดลองปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและจดจำตลอดจนสามารถนำไปใช้ได้จริงในหารปฏิบัติงาน

6. การสัมมนา (Seminar) การสัมมนาเป็นวิธีการฝึกอบรมที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาพนักงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker)

7. การฝึกงานในสถานการณ์จริง (On the job Training, OJB) การฝึกอบรมวิธีนี้มักจะใช้กับพนักงานใหม่เหนือบุคลากรในระดับปฏิบัติงาน โดยมีการสอนงานและให้ทดลองปฏิบัติในสถานที่จริง เพื่อให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยกับสภาวะแวดล้อมและสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

2.6. แนวคิดความเข้มแข็งของชุมชน

ความหมาย

วิเชียร แสงโชติ (2540: 118) ได้ให้ความหมายของคำว่า องค์กรที่มีความเข้มแข็ง หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่องและสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและปัญหาอื่นๆ รวมทั้งยังสามารถเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

อนุชาติ พวงสำลี และวีรบุรณ วิสารทกุล (2540: 3-7) ได้รวบรวมความหมายของคำว่า ประชาสังคม สังคมเข้มแข็ง ชุมชนเข้มแข็งจากนักคิดทางสังคมหลายท่าน ประเวศ วะสี ได้เน้นความเข้มแข็งของชุมชนหรือสังคมเข้มแข็งว่า หมายถึงประชาชนจำนวนหนึ่ง มีวัตถุประสงค์ มีอุดมคติหรือความเชื่อร่วมกันในบางเรื่อง มีการติดต่อสื่อสารหรือรวมกลุ่มกัน มีการปฏิบัติบางสิ่งบางอย่างด้วยความเอื้ออาทร ความรัก มิตรภาพ โดยประชาสังคมที่เข้มแข็งต้องมีรากฐานจากการมีชุมชนที่หลากหลาย

สุวิทย์ ชีรสาศวัต (2535) ได้ให้ความหมายชุมชนเข้มแข็งว่า เป็นขีดความสามารถในการที่จะตอบสนองต่อความต้องการ และการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของคนในชุมชน ในการที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินงานกับคนในชุมชน ขณะเดียวกันก็จะมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่มาจากภายนอกชุมชนทั้งนี้เพื่อจุดมุ่งหมายเพื่อความสงบสุขในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน

สุรวุฒิ ปัดไธสงศ์ (2542) ให้ความหมายของความเข้มแข็งของชุมชนเชิงอุดมการณ์ไว้ดังนี้

1. สามารถพึ่งตนเองได้คือ สามารถที่จะทำอะไรได้ด้วยตัวเอง และนอกเหนือจากนั้นยังสามารถที่จะปรับเปลี่ยนไปตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย เป็นชุมชนที่สามารถปรับตัวแก้ปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง

2. เป็นชุมชนที่สามารถเรียนรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ และปรับตัวจนสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง

3. ชุมชนที่เข้มแข็งนั้นต้องสามารถพึ่งตนเองได้ อันเป็นลักษณะชุมชนที่สามารถดำเนินหรือจัดการตนเองได้ ไม่ต้องรอหรืออาศัยคนจากภายนอกชุมชน สามารถคิด สามารถวางแผนหรือกำหนดการดำเนินการหรือจัดการชีวิตของชุมชน โดยคนในชุมชนและเพื่อชุมชนได้

การจัดการตนเองนี้ได้เป็นศักยภาพของชุมชน ไม่ต้องรอรับความช่วยเหลือจากที่อื่น ไม่ว่าจะจากรัฐหรือเอกชน

4. เป็นชุมชนที่อยู่ได้แบบพออยู่พอกิน เป็นชุมชนที่มีระบบการผลิตเป็นของตนเอง มีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง และสามารถใช้ได้เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในการผลิตของชุมชนได้ หากมีผลผลิตเหลือจากการบริโภคก็จะนำเอาไปขาย ต้องไม่เป็นหนี้และไม่มีการผ่อนดอกเบี้ย

5. มีวัฒนธรรมเป็นรากฐานของชุมชน หมายความว่า มีวัฒนธรรมเป็นทุนของชีวิตในชุมชน ที่มีการผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการอยู่รอดและดำรงอยู่ของชุมชนอย่างมีคุณธรรม ซึ่งจะมีสถาบันทางสังคมเป็นผู้ผลิตซ้ำหรือดำเนินการตามหน้าที่คือ วัด โรงเรียน และครอบครัวหรือญาติในชุมชน

6. มีอำนาจที่จะปะทะกับคนอื่น หรือคนภายนอกชุมชน ไม่มีการเสียเปรียบ นั่นคือความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับชุมชนอื่นหรือกับรัฐนั้นๆ นอกจากนั้นชุมชนยังต้องมีอำนาจในการต่อรองต่อต้านหรือคัดค้านอิทธิพลอำนาจนอกชุมชน เพื่อที่จะสามารถรักษาผลประโยชน์หรือวัตถุประสงค์ร่วมกันของชุมชนไว้

7. ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของชุมชนอย่างมีจิตสำนึกร่วมกัน ไม่มีการแปลกแยก เป็นการมีส่วนร่วมโดยมีพื้นฐานของวัฒนธรรมชุมชนอันเป็นรากแก้วที่หยั่งรากลึก หรือเป็นสายโลหิตที่หล่อเลี้ยงชุมชนที่ยืดโยงให้ชุมชนดำรงอยู่ได้ ละครการมีส่วนร่วมนอกจากจะอาศัยความสัมพันธ์ในแนวราบแล้ว ยังต้องอาศัยผู้นำที่เข้มแข็ง มีศีลธรรม และมีความสามารถพิเศษ มิฉะนั้นแล้วคนในชุมชนจะรู้สึกโดดเดี่ยว

8. มีทรัพยากรธรรมชาติและคน (ที่มีคุณภาพ) สามารถจัดการกับทรัพยากรได้ นอกจากนั้นยังต้องมีกระบวนการจัดการอย่างมีทักษะ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดสะสมกันมาเป็นระยะเวลายาวนานในเชิงภูมิปัญญา

รูปแบบความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน

เจลิเยว บุรีภักดี และคณะ (2545: 76) ได้กล่าวถึง ลักษณะชุมชนเข้มแข็ง คือ

1. สมาชิกชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนและชุมชนที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง
2. สมาชิกชุมชนมีจิตสำนึกการพึ่งตนเอง เอื้ออาทร รักและห่วงใยซึ่งกันและกัน อีกทั้งพร้อมที่จะร่วมกันจัดการกับปัญหาของตนเองและชุมชน

3. สมาชิกชุมชนเลือกกำหนดผู้นำชุมชน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้แทนชุมชนที่หลากหลายด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

4. มีกระบวนการชุมชนที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจนเป็นวิถีของชุมชนซึ่งขับเคลื่อนโดยผู้นำองค์กรชุมชนในลักษณะเปิดกว้าง โปร่งใสและมีการแสดงความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้สำหรับสมาชิกทั้งหมด

5. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน กำหนดวิสัยทัศน์ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตามและประเมินผล การแก้ปัญหาและการพัฒนาของชุมชนผ่านกระบวนการของชุมชน

6. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการของชุมชน

7. มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วย การพัฒนาทุกๆ ด้านของชุมชน ที่มุ่งการพึ่งตนเองเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกๆ คนและหวังผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

8. การพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก เป็นการพึ่งเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุดมิใช่การพึ่งพาตลอดไป

9. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคี การพัฒนา อาจเป็นหมู่บ้าน ชุมชนอื่น ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจและนักวิชาการ ในลักษณะการมีความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม
กรมพัฒนาชุมชน (2541: 44) ได้กล่าวถึงลักษณะชุมชนเข้มแข็งว่า

1. สมาชิกของชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน และชุมชนที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง

2. สมาชิกของชุมชนพร้อมที่จะร่วมกันจัดการปัญหาของตนเองและชุมชน

3. มีกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง จนเป็นวิถีชุมชนซึ่งขับเคลื่อนโดยผู้นำองค์กรชุมชน ในลักษณะเปิดโอกาสให้สมาชิกทั้งหมดเข้ามีส่วนร่วม โปร่งใส และพร้อมรับการตรวจสอบ

4. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน กำหนดวิสัยทัศน์ร่วมคิด ตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตาม ประเมินผลการแก้ปัญหาและการพัฒนาของชุมชนผ่านกระบวนการของชุมชน

5. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการชุมชน

6. มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วย การพัฒนาทุกด้านของชุมชน ที่มุ่งการพึ่งตนเองเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกๆ คนและหวังผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

7. การพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอกเป็นการพึ่งพา เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุดมิใช่การพึ่งพาตลอดไป

8. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคการพัฒนา อาจจะเป็นหมู่บ้าน ชุมชนอื่น ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจ นักวิชาการและอื่นๆ ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกัน

กาญจนา แก้วเทพ (2540: 53-59) ได้เสนอคุณลักษณะ/เกณฑ์บางประการเกี่ยวกับสภาพความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนที่จะต้องประกอบด้วย

1. ตัวบุคคลหรือทุนมนุษย์ที่เพิ่มขึ้นและมีวิธีการสืบทอดสมาชิกใหม่
2. ปริมาณและคุณภาพของกิจกรรม กล่าวคือ กิจกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจะต้องสอดคล้องหรือขยายฐานกิจกรรมที่มีอยู่เดิมรวมทั้งการประเมินกิจกรรมในช่วงเวลาที่วิกฤติ
3. ปริมาณและคุณภาพของทุนเพิ่มขึ้นและมีความยั่งยืนยาวหรือไม่
4. ทุนเพื่อน/เครือข่ายคือความกว้างของเครือข่ายและคุณภาพคือความหลากหลายของเพื่อนองค์กรรวมทั้งขีดความสามารถในการจัดการกับเครือข่าย เช่นการระดมสรรพกำลัง หรือการต่อรอง

5. สถานภาพขององค์กรชุมชนพิจารณาจากการยอมรับของกลุ่มภายนอกที่เกี่ยวข้อง อุทัย ดุลยเกษม และอรศรีงามวิทยาพงศ์ (2540: 8-10) ได้กล่าวถึงลักษณะชุมชนเข้มแข็งซึ่งเป็นที่คาดหวังและต้องการมีลักษณะดังนี้

1. มีสภาพรวมกันเป็นปึกแผ่น คือสมาชิกของชุมชนมีการพึ่งพาอาศัยและร่วมมือกัน ในกิจกรรมต่างๆ สมาชิกของชุมชนมีค่านิยมความเชื่อต่อสิ่งสูงสุดอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันและรู้สึกว่าคุณเองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน
2. มีสภาพที่พึ่งพิงตนเองได้ โดยมีทุน แรงงาน ทรัพยากรเพื่อการยังชีพพื้นฐานของครอบครัวตนเอง แม้จะมีการพึ่งพิงภายนอกก็อยู่ในลักษณะที่ชุมชนมีอำนาจในการจัดการ
3. ชุมชนสามารถควบคุมและจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่
4. สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2541: 14-17) ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง 4 ประการคือ

1. เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (learning organization) ทุกคนในชุมชนร่วมเรียนรู้ ชุมชนนั้นจะมีความตื่นตัวตลอดเวลาไวต่อการรับรู้ความเป็นไปของโลก รู้ทันข่าวทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้อยู่เสมอ

2. เป็นชุมชนที่รู้จักจัดการตัวเอง (community management) ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 ประการคือ มีการการวางแผน การจัดการกระบวนการองค์กรของตนเองและการลงมือดำเนินการตามแผน

3. เป็นชุมชนที่มีจิตวิญญาณ (spirituality) สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน อาจแสดงถึงความรักดีต่อชุมชน ความรู้สึกห่วงหาพัน ความผูกพัน เสียสละเพื่อชุมชน มีที่ยึดเหนี่ยวร่วมกัน

4. เป็นชุมชนที่มีสันติภาพ (peaceful) เป็นลักษณะของความสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อมสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ ประชาชนในชุมชนสมัครสมานสามัคคีกัน คนมีคุณภาพและคุณธรรมสงบสุขจิตใจเยือกเย็น

สีลาภรณ์ นาคทรพร (2539: 116) กล่าวว่า ชุมชนจะเข้มแข็งหรือไม่เพียงใดในช่วงเวลาหนึ่งๆ ขึ้นกับว่าเหตุแห่งปัจจัยของความเข้มแข็งอันได้แก่ภูมิปัญญาและธรรมะ การเรียนรู้ และการจัดการของชุมชนนั้นมีพลังเพียงใด ชุมชนที่เราเห็นว่าประสบผลสำเร็จในวันนี้อาจไม่สามารถดำรงภาพความสำเร็จเอาไว้ได้เมื่อเวลาผ่านไป ดังนั้นสิ่งที่น่าสนใจในชุมชนเหล่านี้จึงไม่ได้อยู่ที่ผลความสำเร็จ แต่อยู่ที่กระบวนการในการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ หรือแม้แต่ภัยคุกคามต่างๆ ที่เข้ามาทำลายความเป็นกลุ่มหรือพลังชุมชน การวัดความเข้มแข็งของชุมชนจึงควรพิจารณา กระบวนการในการที่ชุมชนดำรงรักษาความเป็นกลุ่มและพลังในการแก้ปัญหาเอาไว้ด้วย

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2544: 25) ยังได้กล่าวถึงตัวชี้วัดชุมชนเข้มแข็ง คือ

1. คน
2. ทรัพยากรและใช้ทรัพยากร
3. การจัดการทรัพยากร
4. รวมกลุ่มสร้างพลัง หรือองค์กรประชาชนให้เป็นองค์กรรวมพลังกัน เพื่อคิดและทำเพื่อส่วนรวมเป็นหลัก

อนุชาติ พวงสำลี (2541: 6) ได้สร้างตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนและเป็นตัวชี้วัดในเชิงปริมาณ ซึ่งประกอบด้วยพลังสร้างสรรค์ภายในชุมชน 6 ประการ คือ พลังคน พลังกลุ่ม พลังทุน พลังธุรกิจ พลังเอื้ออาทรและพลังการเรียนรู้ ตัวชี้วัดที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบดังกล่าวมี 7 ประการ ดังนี้

1. จำนวนผู้นำตามธรรมชาติต่อประชากร
2. จำนวนสมาชิกของกลุ่มต่อประชากร
3. อัตราการเพิ่มของจำนวนเงินออมของชุมชน
4. จำนวนองค์กรธุรกิจที่องค์กรชุมชนเป็นเจ้าของ
5. อัตราเพิ่มขึ้นของเงินสวัสดิการเพื่อคนในชุมชน
6. อัตราการเพิ่มของรายได้ของธุรกิจที่องค์กรชุมชนเป็นเจ้าของ

๗. จำนวนการเป็นสมาชิกองค์กรภายนอกชุมชน

เดวิท แมทิวส์ (2540: 5-13) ได้กล่าวถึงเกณฑ์วัดความเข้มแข็งของประชาสังคม 6 ประการคือ

1. โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะและช่องทางการสื่อสาร กล่าวคือต้องการสถานที่ที่ผู้คนสามารถพูดถึงปัญหาาร่วมกัน
2. กระบวนการของชุมชนในการตรวจดูว่าคนในชุมชนมีพฤติกรรมที่ตัดสินใจในเรื่องสาธารณะอย่างไร
3. ภาวะการนำและผู้นำชุมชน ตรวจสอบภาวะการนำและผู้นำของชุมชน วิธีทางที่ผู้นำสัมพันธ์กับคนอื่น
4. กรอบแนวคิดในการแก้ปัญหาที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคสาธารณะและการทำงานเพื่อส่วนรวม
5. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบันไม่ว่าจะเห็นความสัมพันธ์ในรูปองค์กรหรือเครือข่ายทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นความสัมพันธ์ในแนวระนาบ
6. สำนึกความเป็นชุมชนและขนบแห่งการแบ่งปัน

สุวิดา ธรรมณีวงศ์ (2541: 14) ได้กล่าวถึงลักษณะความเข้มแข็งของชุมชน โดยพิจารณาทั้งในเชิงโครงสร้างและกระบวนการ กล่าวคือในเชิงโครงสร้างจะพิจารณาความสัมพันธ์ในรูปองค์กรหรือเครือข่ายทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ และในเชิงกระบวนการ คือพิจารณาการดำรงรักษาความเป็นกลุ่มและพลังในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมีลักษณะสำคัญคือ

1. สภาพความเป็นปึกแผ่นซึ่งพิจารณาทั้งจากรูปธรรมและนามธรรม ในทางรูปธรรมคือมีการพึ่งพาอาศัยกัน มีความร่วมมือในกิจกรรมกลุ่มต่างๆ อย่างหลากหลายทั้งความหลากหลายของสมาชิก ของพื้นที่และความหลากหลายของกิจกรรมกลุ่ม ในทางนามธรรมคือสมาชิกกลุ่มมีค่านิยม ความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน โดยเฉพาะสำนึกของการทำงานเพื่อส่วนรวม
2. มีการติดต่อสื่อสารรวมถึงแหล่งพบปะในการพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ
3. มีผู้นำที่สามารถดึงการมีส่วนร่วมของผู้คน เพื่อรับรู้ปัญหาของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เป็นผู้นำทางธรรมชาติมิใช่ผู้นำเชิงอำนาจและมีวิธีการสืบทอดขยายสมาชิก
4. สภาพที่สามารถพึ่งตนเองได้ กล่าวคือมีทรัพยากรต่างๆ เช่น ทุน แรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงภูมิปัญญาในการจัดการเพื่อการยังชีพพื้นฐานและแม้จะมีการพึ่งพาทภายนอกก็อยู่ในลักษณะที่กลุ่มสามารถจัดการได้

5. สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ มีกระบวนการเรียนรู้เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องและถ่ายทอดกระบวนการเรียนรู้ไปสู่สมาชิกตลอดเวลา มีเนื้อหาการเรียนรู้ที่เป็นไปเพื่อตอบสนองของชุมชน มีความสามารถในการประสานกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลายและมีขีดความสามารถในการจัดการกับเครือข่าย เช่น การต่อรอง การระดมสรรพกำลัง ซึ่งการประสานเครือข่ายกิจกรรมเหล่านี้ จะเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกและการปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยโครงสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกจะเป็นแนวราบ

6. การยอมรับสถานภาพของชุมชนในสายตาของคนภายนอกชุมชน ทั้งนี้ในลักษณะที่กล่าวข้างต้นอาจพิจารณาได้จากตัวชี้วัดต่างๆ

แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็ง

กรมการพัฒนาชุมชน (2541: 44) กล่าวถึง กระบวนการเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนประกอบไปด้วย

1. การทำให้องค์กรชุมชนเข้มแข็งมีเครือข่ายเชื่อมโยงกัน เพื่อเกื้อกูล ส่งเสริม ประชาสังคมและความเข้มแข็งของชุมชน
2. การดำรงรักษาแบบแผน ความคิด คุณค่า จิตสำนึกที่ดีงามของชุมชน
3. การเสริมสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยเชื่อมโยงกับเครือข่ายองค์การ หน่วยงานภายนอก
4. องค์กรชุมชนท้องถิ่น อาทิ สภาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล เปิดโอกาสให้ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของตนเอง ชุมชนควรเป็นผู้เลือก หรือ กำหนดผู้นำชุมชน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้แทนชุมชนด้วยตนเอง
5. การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน อันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจ สามารถวางแผนการแก้ปัญหา ผลกระทบจากวิกฤต และดำเนินการตามแผนด้วยตนเอง

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2544: 24-25) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง 3 ประการ คือ

1. คนในชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจ และนำเอาไปทำให้เกิดประโยชน์แก่ตัวเอง แก่ครอบครัว แก่สังคมได้
2. ชุมชนจะเข้มแข็งได้ ต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่มาจากทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ต้องมีความเข้มแข็งพร้อมที่จะนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการเชิงอุปโภค บริโภค ของคนในชุมชน ขณะเดียวกันคนในชุมชนนั้นต้องรู้ เข้าใจและชำนาญที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้สามารถมีอยู่เพิ่มพูน คืบสภาพของทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

3. คนจะต้องวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดกระบวนการที่จะทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นประโยชน์ได้และเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและสามารถตอบสนองคนในชุมชนนำมาใช้อย่างเพียงพอ ต่อเนื่องยาวนาน และการจัดการให้ถูกต้อง หมายความว่า คนทุกคนในชุมชนและคนนอกชุมชนต้องเข้าไปช่วยกันจัดการพัฒนาให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะทำให้ชุมชนนั้นเข้มแข็ง

เสรี พงษ์พิศ ได้กล่าวถึงกระบวนการในการพัฒนาของชุมชนชนบทให้เกิดความเข้มแข็ง ว่า ในการพัฒนาชุมชนให้เกิดมีพลังในการพัฒนาไปในทิศทางต่างๆ ได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1. ประชาชน โดยประชาชนจะเป็นศูนย์กลางของงานพัฒนา เช่นเดียวกับนักวิจัย นักวิชาการ มิใช่เป็นเครื่องมือหรือผู้ถูกกระทำแต่เพียงฝ่ายเดียว มิใช่คนนอกที่ยัดเยียดความคิดและแนวทางในการปฏิบัติเข้าไปให้ประชาชน
2. ศักยภาพ เป็นพลังภายในของประชาชน หากไม่ศรัทธาก็ไม่มีการค้นหา ได้แต่ละข้อสรุปง่ายๆ ว่า “ประชาชนต้องโง่ จน เจ็บ” ถ้าเป็นเช่นนั้นจริง คนในชนบทจะยืนหยัดอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ และสังคมมานับร้อยๆ ปีได้อย่างไร คนในชนบทเป็นครู หมอ ผู้นำทาง พิธีกรรม นักปกครอง นักวิจัยและอีกหลายอย่าง เพียงแต่แตกต่างกันตามเนื้อหาและรูปแบบ
3. เครือข่าย คือการรวมกลุ่มของบุคคลในชนบท บุคคลระหว่างชุมชน กลุ่มของชุมชนแต่ละชุมชน ซึ่งแบ่งออกตามพื้นที่เขต ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาคและทั้งประเทศ ตามประเด็นของแต่ละกลุ่ม นอกจากนั้นการสร้างเครือข่ายยังเป็นกระบวนการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ การระดมแลกเปลี่ยนปัจจัยพื้นฐานต่างๆ และการรวมพลังเพื่อต่อรองกับกลุ่มอื่นๆ ในชุมชน
4. กระบวนการเรียนรู้ คือกระบวนการอันมีรากฐานอยู่ที่ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ได้แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต กระบวนการเรียนรู้เกิดจากท้องถิ่น ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ องค์ประกอบสำคัญคือ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การปฏิบัติตามแบบแผนของผู้รู้ ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ การอบรมสั่งสอนในบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่มีอยู่จริง กระบวนการนี้ได้ถูกปรับไปตามสภาพการณ์สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การคมนาคมและการติดต่อสะดวกยิ่งขึ้น ทำให้การไปมาหาสู่ การดูงาน การร่วมกันทำ การข้ามเขตแดนของชุมชน เป็นไปได้มากขึ้น เนื้อหาและวิธีการหลายอย่างในกระบวนการนี้ก็ปรับตามความต้องการและสภาพการณ์ที่เป็นจริงของชาวบ้านในท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่น เพื่อจุดมุ่งหมายของการพึ่งตนเอง และการพึ่งพากันอย่างมีศักดิ์ศรี

5. ตัวแบบ เป็นประสบการณ์ที่เป็นทั้งนามธรรมและรูปธรรมของบุคคล กลุ่มชน และเครือข่ายได้ผ่านการหล่อหลอมขึ้นมาในระดับหนึ่ง เป็นแรงบันดาลใจให้ 'ได้รู้ ได้ยิน ได้พบเห็น' และสัมผัสให้เกิดการกระทำในลักษณะเดียวกันหรือคล้ายกัน จากตัวอย่างแบบย่อยของประเด็นย่อยจากบุคคล ชุมชน ซึ่งกลุ่มจะนำไปสู่ตัวแบบการพัฒนาเพื่อการพึ่งตนเองในระดับภูมิภาคและประเทศ

6. องค์ความรู้ใหม่ เกิดจากกระบวนการวิภาษวิธีแห่งการปฏิบัติ และการไตร่ตรอง ประสบการณ์อันเป็นตัวแทนต่างๆ ประการหนึ่ง ประกอบกับการวิเคราะห์ภาพรวมในระดับใหญ่ หรือมหภาค อีกประการหนึ่งเกิดจากการหล่อหลอมความคิดที่เริ่มจากข้างล่างไปสู่ข้างบน สร้างแนวคิดระดับมหภาคใหม่ อันเริ่มจากจุลภาคกลายเป็นพลังและรากฐานแห่งวิภาษวิธี (ณัฐชัย ชีวะศิริ , 2544: 14-15)

เดวิท แมทิวส์ (2540: 15-19) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ในการเพิ่มความเข้มแข็งของประชาสังคมไว้ 4 ประการดังนี้

1. ให้ชุมชนได้กำหนดประเด็นปัญหาโดยการมีส่วนร่วม
2. การสร้างทางเลือกให้กับชุมชน โดยผ่านกระบวนการสนทนาแบบพินิจพิเคราะห์ กล่าวคือ ให้ผู้เข้าร่วมสนทนาต่างเข้าร่วมด้วยฐานะที่เท่าเทียม ให้โอกาสและเวลาไตร่ตรองทบทวน ทบทวนที่นำเสนอ ไม่ว่าจะทบทวนนั้นจะสนับสนุนหรือขัดแย้งกับทบทวนของตนเอง
3. การดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดจากเป้าหมายร่วมของผู้คนจึงก่อให้เกิดการรวมพลังเพื่อเสริมสร้างพลังและความเข้มแข็งให้แก่กันและกันของผู้คน
4. การประเมินผลกิจกรรมโดยสาธารณะ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมที่ดำเนินการในชุมชน เพื่อให้ทราบว่ากิจกรรมใดที่มีประโยชน์และมีคุณค่าอย่างแท้จริงแก่ชุมชนของพวกเขา

สุวิดา ธรรมณีวงศ์ (2541: 18) กล่าวโดยสรุปว่า การพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนจะมีแนวทางดังนี้

1. สนับสนุนการปรับบทบาทของฝ่ายต่างๆ ให้เป็นภาคีขององค์กรชุมชน เช่น นักวิชาการใช้ชุมชนเป็นฐานในการวิจัย การสอน บริการวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ เน้นการส่งเสริม สนับสนุนองค์กรธุรกิจ สนับสนุนการตลาดและทักษะการบริหารจัดการที่จำเป็นในท้องถิ่น
2. สนับสนุนการบริหารจัดการในลักษณะเครือข่ายระหว่างสมาชิกในองค์กรชุมชน และเครือข่ายโดยการติดต่อสื่อสารทั้งระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มหรือระหว่างผู้นำกับสมาชิก

ภายในกลุ่ม การสื่อสารระหว่างกลุ่มที่สนใจเรื่องงานร่วมกันและการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม/เครือข่ายที่สนใจงานต่างกัน นอกจากนี้ยังสนับสนุนองค์กรชุมชนให้ยึดโยงสมาชิกในกลุ่มเข้ามามีความรู้สึกร่วม (commitment) ในการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยสนับสนุนให้เกิดเวทีสาธารณะและให้ผู้เข้าร่วมอยู่ในฐานะและโอกาสเท่ากันในการแสดงความคิดเห็น

3. ส่งเสริมและพัฒนาผู้นำองค์กร เพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์แนวคิด เช่น การถ่ายทอดความคิดสู่กรรมการและสมาชิก การประชุม ศึกษาดูงาน จัดฝึกอบรม เป็นต้น

สมพันธ์ เตชะอธิก (2540: 113-117) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นโดยรัฐและเอกชน การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่ริเริ่มขึ้นใหม่และแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่มีอยู่แล้วซึ่งเกิดขึ้นโดยรัฐจะให้สิทธิอำนาจในการจัดการปัญหาต่างๆ โดยองค์กรชาวบ้าน สำหรับองค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นใหม่จะเน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านและองค์กรชาวบ้านที่มีอยู่แล้วและกำลังดำเนินกิจกรรมพัฒนาอยู่จะเน้นการพัฒนาผู้นำองค์กร

2.7. แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน

ความหมายความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน (2541: 44) ได้กล่าวว่า การพัฒนาแบบองค์รวมจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพของชุมชน โดยมุ่งส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งที่สามารถกำหนดทิศทาง คุณค่า วิธีการดำเนินชีวิตเพียงพอและมีเอกลักษณ์ของตนเอง ในขณะที่เดียวกันสามารถปรับตัวรับรู้เท่าทันกับสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ภายนอกชุมชนที่เปลี่ยนไป โดยกระบวนการเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนประกอบด้วย

1. การทำให้องค์กรชุมชนเข้มแข็งมีเครือข่ายเชื่อมโยงกัน เพื่อเกื้อกูล ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์และความเข้มแข็งของชุมชน
2. การดำรงรักษาแบบแผน ความคิด คุณค่า จิตสำนึกที่ดั้งเดิมของชุมชน
3. การเสริมสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยเชื่อมโยงกับเครือข่าย องค์กรหน่วยงานภายนอก
4. องค์กรชุมชนท้องถิ่น อาทิ สภาตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล เปิดโอกาสให้ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของตนเอง ชุมชนควรเป็นผู้เลือก หรือ กำหนดผู้นำชุมชน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้แทนชุมชนด้วยตนเอง
5. การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นใน

ชุมชน อันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจ สามารถวางแผนการแก้ปัญหา ผลกระทบจากวิกฤต และ
ดำเนินการตามแผนด้วยตนเอง

นอกจากนี้กรมพัฒนาชุมชนยังได้กล่าวถึงลักษณะชุมชนเข้มแข็งว่า

1. สมาชิกของชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของคนและชุมชน ที่จะแก้ไข
ปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง

2. สมาชิกของชุมชนพร้อมที่จะร่วมกันจัดการปัญหาของตนเองและชุมชน

3. มีกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง จนเป็นวิถีชุมชนซึ่งขับเคลื่อน
โดย ผู้นำองค์กรชุมชน ในลักษณะเปิด โอกาสให้สมาชิกทั้งหมดเข้ามีส่วนร่วม โปร่งใสและพร้อม
รับการตรวจสอบ

4. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน กำหนด
วิสัยทัศน์ ร่วมคิด ตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตาม ประเมินผลการแก้ปัญหาและการพัฒนาของชุมชน
ผ่านกระบวนการของชุมชน

5. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการชุมชน

6. มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วย การพัฒนาทุกด้านของชุมชน ที่มุ่งการ
พึ่งตนเอง เอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกๆ คนและหวังผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

7. การพึ่งความช่วยเหลือจากภายนอกเป็นการพึ่งพา เพื่อให้ชุมชนสามารถ
พึ่งตนเองได้ในที่สุดไม่ใช่อุปการะไป

8. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคการพัฒนา อาจจะเป็นหมู่บ้าน ชุมชนอื่น
ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจ นักวิชาการและอื่นๆ ในลักษณะของการมี
ความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกัน

ทัศนีย์ ลักษณะภิชินชัช (2545: 26) กล่าวว่า สังคมเข้มแข็งและมีคุณภาพ 3
ประการ คือ สังคมคุณภาพ สังคมแห่งภูมิปัญญา และสังคมที่สมานฉันท์เอื้ออาทรต่อกัน

กองพัฒนาอาสาสมัครฯ กรมการพัฒนาชุมชน (2544) กล่าวว่า ความเข้มแข็งของ
ชุมชน คือ

1. ชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองและพึ่งกันเองได้อย่างยั่งยืน

2. ชุมชนที่สามารถตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและจัดการพัฒนาได้ด้วยพลังของคนใน
ชุมชน

เจลิยว บุรีภักดี และคณะ (2545: 76) ได้กล่าวว่าลักษณะชุมชนเข้มแข็ง คือ

1. สมาชิกชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของคนและชุมชนที่จะแก้ไขปัญหา
และพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง

2. สมาชิกชุมชนมีจิตสำนึกการพึ่งตนเอง เอื้ออาทร รักและห่วงใยซึ่งกันและกัน อีกทั้งพร้อมที่จะร่วมกันจัดการกับปัญหาของตนเองและชุมชน

3. สมาชิกชุมชนเลือกกำหนดผู้นำชุมชน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้แทนชุมชนที่หลากหลายด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

4. มีกระบวนการชุมชนที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจนเป็นวิถีของชุมชนซึ่งขับเคลื่อนโดยผู้นำองค์กรชุมชนในลักษณะเปิดกว้าง โปร่งใสและมีการแสดงความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้สำหรับสมาชิกทั้งหมด

5. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน กำหนดวิสัยทัศน์ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตามและประเมินผล การแก้ปัญหาและการพัฒนาของ ชุมชน ผ่านกระบวนการของชุมชน

6. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการของชุมชน

7. มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วย การพัฒนาทุกๆ ด้านของชุมชน ที่มุ่งการพึ่งตนเองเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกๆ คนและหวังผลการพัฒนาที่ยั่งยืน

8. การพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก เป็นการพึ่งเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุดมิใช่การพึ่งพาตลอดไป

9. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคี การพัฒนา อาจเป็นหมู่บ้าน ชุมชนอื่น ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจและนักวิชาการ ในลักษณะการมีความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2541: 14-17) ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง 4 ประการคือ

1. เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (learning organization) ทุกคนในชุมชนร่วมเรียนรู้ ชุมชนนั้นจะมีความตื่นตัวตลอดเวลาไวต่อการรับรู้ความเป็นไปของโลก รู้ทันข่าวทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งเพิ่มพูนความรู้อยู่เสมอ

2. เป็นชุมชนที่รู้จักจัดการตัวเอง (community management) ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 ประการ คือ มีการวางแผน การจัดกระบวนการองค์กรของตนเองและการ ลงมือดำเนินการตามแผน

3. เป็นชุมชนที่มีจิตวิญญาณ (spirituality) สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน อาจแสดงถึงความภักดีต่อชุมชน ความรู้สึกหวงแหน ความผูกพัน เสียสละเพื่อชุมชน มีที่ยึดเหนี่ยวร่วมกัน

4. เป็นชุมชนที่มีสันติภาพ (peaceful) เป็นลักษณะของความสมดุลในด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อมสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ ประชาชนในชุมชน

สมัครสุมานสามัคคีกัน คนมีคุณภาพและคุณธรรมสงบสุขจิตใจเยือกเย็น

ชาติชาย ฌ เชียงใหม่ (2542: 62) ได้กล่าวถึง ความเข้มแข็งของชุมชน หมายถึง ความสามารถของครอบครัวและกลุ่มองค์กรของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นที่จะร่วมคิดร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหาของตนด้วยตนเองมากที่สุด และทำการพัฒนาชุมชนของตนเองด้วยตนเอง ตาม ค่านิยม วิธีคิด เป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยใช้ความรู้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ทั้งนี้ โดยมีการร่วมมือและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกที่เป็นภาครัฐ เอกชน และองค์กร พัฒนาชุมชนเท่าที่จำเป็น

นงคราญ กาญจนประเสริฐ (2546) กล่าวว่า ชุมชนเข้มแข็ง หมายถึง การที่ ประชาชนในชุมชนต่างๆ ของเมือง หรือชนบท รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชน โดยมีการเรียนรู้ การ จัดการ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของคนในชุมชน

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล (2544: 18-26) กล่าวถึง ความเข้มแข็งของชุมชน ว่า หมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนต่างๆ ของเมือง หรือชนบทรวมตัวกันเป็น "องค์กรชุมชน" โดยมีการ เรียนรู้ การจัดการ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของคนในชุมชน แล้วถึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนตลอดจนมี ผลกระทบ สู่ภายนอกชุมชนที่ดีขึ้นตามลำดับ

สีลาภรณ์ นาคทรพรพ และคณะ (2539) กล่าวถึงข้อสรุปเกี่ยวกับกรอบตัวชี้วัด ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนว่า องค์กรที่เข้มแข็งโดยทั่วไปจะมีลักษณะดังนี้

1. การนำมิติด้านวัฒนธรรมมาผสมผสานในการทำกิจกรรม เพราะการมีฐาน การรวมตัวทางวัฒนธรรมจะเป็นเครื่องยึดโยงให้สามารถสร้างองค์กรที่มีคุณภาพได้

2. ประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อปัญหา
3. การพัฒนากระบวนการเรียนรู้
4. การจัดการกลุ่ม
5. ผู้นำที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกและชุมชน
6. การกระจายผลประโยชน์แก่สมาชิกอย่างยุติธรรม
7. ได้รับการยอมรับนับถือจากองค์กรภายนอก
8. การขยายผล/ขยายกิจกรรม/ขยายเครือข่าย

ประเวศ วะสี (2541: 13-15) กล่าวว่า ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนนั้นอยู่ที่ ความมีลักษณะร่วมกันภายในชุมชน คือ

1. มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน
2. มีความเอื้ออาทรต่อกัน

3. มีการกระทำร่วมกัน
4. มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำนั้น
5. ความมีจิตวิญญาณในชุมชน
6. มีผู้นำตามธรรมชาติเกิดขึ้นในชุมชน
7. มีการจัดการในองค์กรชุมชนอย่างต่อเนื่อง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2541: 13-19) กล่าวว่า องค์กรชุมชนที่เข้มแข็งนั้น ต้องเป็นชุมชนที่มีจิตวิญญาณ (spirituality) คือ สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน มีความผูกพัน เสียสละเพื่อชุมชน มีที่ยึดเหนี่ยวจิตใจร่วมกัน

วิเชียร แสงโชติ (2540: 118) ได้ให้ความหมายของคำว่า องค์กรที่มีความเข้มแข็ง หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่องและสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและปัญหาอื่นๆ รวมทั้งยังสามารถเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

การเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน

สมพันธ์ เตชะอธิก (2540: 113-117) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นโดยรัฐและเอกชน การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่ริเริ่มขึ้นใหม่และแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านที่มีอยู่แล้วซึ่งเกิดขึ้นโดยรัฐจะให้สิทธิอำนาจในการจัดการปัญหาต่างๆ โดยองค์กรชาวบ้าน สำหรับองค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นใหม่จะเน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านและองค์กรชาวบ้านที่มีอยู่แล้วและกำลังดำเนินกิจกรรมพัฒนาอยู่จะเน้นการพัฒนาผู้นำองค์กร

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล (2544: 18-26) กล่าวว่า การดำเนินงานขององค์กรชุมชนแต่ละชุมชนจะมีความเข้มแข็ง หรืออ่อนแอมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบภายในขององค์กรชุมชนที่สำคัญๆ ดังนี้

1. การมีอุดมการณ์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน
2. การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน
3. การมีผลประโยชน์ร่วมกันและมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม
4. สมาชิกขององค์กรชุมชนและคนทั่วไปในชุมชน
5. การบริหารจัดการ
6. กิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรชุมชน

7. งบประมาณการดำเนินงาน

ชาติชาย ฌ เชียงใหม่ (2542: 65) กล่าวว่า การเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนมีกระบวนการที่ประกอบด้วย

9. การทำให้องค์กรชุมชนแข็งแรงมีเครือข่ายเชื่อมโยงกัน เพื่อเกื้อกูล ส่งเสริมประชาสังคมและความเข้มแข็งของชุมชน

10. การดำรงรักษาแบบแผน ความคิด คุณค่า จิตสำนึกที่ดั้งเดิมของชุมชน

11. การเสริมสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยเชื่อมโยงกับเครือข่ายองค์กรหน่วยงานภายนอก

ทัศนีย์ ลักษณะวิชนชัย (2545: 30) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การสร้างชุมชนเข้มแข็งว่า การสร้างชุมชนเข้มแข็งสามารถทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับมุมมองและแนวคิดที่เกี่ยวข้องหลากหลายด้านของผู้กระทำ แต่แนวคิดพื้นฐานที่เป็นอุดมการณ์ร่วมกัน คือ การทำให้คนมี “จิตวิญญาณ” เข้มแข็ง กล่าวคือ มีจิตสำนึกความเป็นตัวเอง มีความพร้อมที่จะต่อสู้กับการดำเนินชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ ปฏิบัติตนตามกรอบกติกาอย่างถูกต้อง เป็นธรรม มี “จิตสาธารณะ” ที่เห็นประโยชน์ของส่วนรวมเหนือกว่าส่วนตน สิ่งเหล่านี้ต้องมีการพัฒนาอบรมสั่งสอนสืบต่อกันมาจากสถาบันสังคมต่างๆ ที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ ความเข้มแข็งของชุมชนจึงแฝงอยู่ในตัวแต่ละบุคคลที่เรียกว่า “ศักยภาพ” หรือความสามารถที่แฝงเร้นอยู่ ทรายที่บุคคลได้รับการเสริมแรงให้สามารถแสดงออกตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและการกระทำด้วยความมั่นใจ เป็นอิสระ และเสรีภาพ ทรายนั้นเท่ากับเป็นการช่วยส่งเสริมให้แต่ละบุคคลมีความมั่นใจในตนเองซึ่งก็คือ “ความเข้มแข็งทางจิตใจ” ระดับหนึ่ง อีกระดับหนึ่งก็คือ มีความรู้ความสามารถในการทำกิจการงานต่างๆ ด้วยความถูกต้อง เหมาะสมก็คือ “ความเข้มแข็งทางการปฏิบัติ” เมื่อความเข้มแข็งของแต่ละบุคคลมารวมกันภายใต้ภาวะผู้นำที่ดี ก็จะสามารถร่วมกันทำให้ทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งได้อย่างยั่งยืนและมีผลให้สังคมพัฒนาในท้ายที่สุด

โดยสรุปจากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าชุมชนที่เข้มแข็งต้องเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองได้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การจัดการทรัพยากรและการอยู่ร่วมกันในชุมชน ในการพัฒนาความเข้มแข็งชุมชนต้องพัฒนาบนพื้นฐานหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก ซึ่งนักวิชาการได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาโดยกระบวนการวิจัยดังกล่าวทั้งนักวิชาการและชาวบ้านร่วมกันในการพัฒนาโดยในกรณีของความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยว นั้น ชุมชนต้องมีพลังอำนาจในการจัดการหรือให้บริการท่องเที่ยว การเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การมีจิตสำนึกร่วมคิดร่วม

ตัดสินใจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และสมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมได้รับรายได้จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

ความเข้มแข็งชุมชน และการประเมินความเข้มแข็งชุมชนด้านการท่องเที่ยว

1. แนวคิดความเข้มแข็งชุมชนด้านการท่องเที่ยว

ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือการท่องเที่ยวชุมชน (Community-Based Tourism) เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นกระแสทางเลือกการท่องเที่ยวอีกแบบหนึ่ง ในอดีตคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชนบทไทยมักนิยมเดินทางไปเที่ยวในเมืองใหญ่ๆ เช่น กรุงเทพมหานครหรือเมืองใหญ่อื่นๆ ในขณะที่คนในเมือง/คนกรุงเทพฯ นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เพราะต้องการไปเห็นความทันสมัย ความเจริญทางด้านวัตถุและเทคโนโลยีต่าง ๆ ในทางกลับกัน ชาวต่างประเทศมักจะไปเที่ยวตามเมืองใหญ่ของประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจน้อยกว่าเพราะอยากเห็นสิ่งที่ประเทศของตนไม่มี และนักท่องเที่ยวเหล่านี้มักไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหรือมีความโดดเด่นในด้านต่างๆ เช่น ด้านธรรมชาติหรือด้านการมีศิลปวัฒนธรรมทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต (โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม) อาทิ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ฯลฯ เพราะมีข้อมูลเพียงเท่านั้น และอาจพิจารณาเรื่องความสะดวก คุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินด้วย เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมมากจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่นั้น ๆ แม้ว่าจะมีการลงทุนพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและบริการต่าง ๆ ในพื้นที่นั้น ๆ มากเพียงใดก็ตาม ก็เป็นเหตุให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม มีปัญหาสังคมต่าง ๆ ตามมา เกิดภาวะการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรม นักลงทุนที่มาจากนอกชุมชนหรือแม้แต่จากต่างประเทศจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์มากกว่าคนในท้องถิ่น และไม่ให้ความสำคัญ หรือเคารพความเป็นชุมชนตลอดจนอัตลักษณ์ของชุมชนเท่าที่ควร

แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศไปไกล ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้คน การสืบค้นข้อมูลประเภทต่าง ๆ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ชุมชนชนบทต่าง ๆ ก็มีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและการศึกษาไปด้วยเช่นกัน คนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ที่แวดล้อมด้วยอาคาร ประชากรหนาแน่น การจราจรที่คับคั่ง ชีวิตเต็มไปด้วยความตึงเครียด การแข่งขัน ต้องอยู่กับมลพิษทั้งทางเสียง อากาศ น้ำ และทัศนียภาพที่ไม่สวยงาม คนเหล่านี้

เริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามชุมชนต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจ และมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจมากขึ้น ไม่เว้นแม้แต่ชาวต่างประเทศที่หันไปสนใจการท่องเที่ยวในชุมชนที่ห่างไกลแทน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเริ่มขยายตัวทีละน้อย และเป็นกระแสใหม่ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาหรือทวีปแอฟริกา โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งพบว่าจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) เริ่มจากงานพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์สืบสานประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น และเมื่อประสบความสำเร็จ จึงทำให้มีผู้มาศึกษาดูงานมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือนมากขึ้น เช่น มีการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ อาหาร วิทยากรชุมชนในการให้ความรู้ เป็นต้น ดังนั้น จึงกลายเป็นการพัฒนาต่อยอดในด้านการท่องเที่ยวในที่สุด และ 2) จากการที่ชุมชนอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ทำให้มีผู้มาเที่ยวในพื้นที่อยู่แล้ว ชุมชนจึงใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ผ่านมามีหน่วยงานรัฐและองค์กรพัฒนาเอกชนหรือแม้แต่ธุรกิจเอกชนบางส่วน ได้เข้าไปส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตน ดูแล จัดการเรื่องอาหาร ความปลอดภัย ความบันเทิง ตลอดจนจัดสถานที่พักหรือที่รู้จักกันในชื่อของ “โฮมสเตย์” และในหลาย ๆ ครั้ง การท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกมองว่า คือ การจัดโฮมสเตย์ แต่แท้จริงแล้ว แนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการมองชุมชนแบบองค์รวมและอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่าชุมชนที่ดำรงอยู่ได้จนถึงทุกวันนี้ ต้องมีสิ่งที่ดีงามและทรงคุณค่าอยู่ในชุมชน และการที่ชุมชนได้นำสิ่งที่ดีงามเหล่านั้นมาให้คนภายนอกได้ชื่นชมและร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น วิถีชีวิต เอกลักษณ์ทางประเพณี วัฒนธรรม ก็จะเกิดประโยชน์แก่ชุมชนในเรื่องของความภาคภูมิใจและการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรต่าง ๆ ในชุมชน

จะเห็นได้โดยทั่วไปว่า ผู้นำชุมชนหรือผู้มีฐานะในชุมชนบางคน หรือนักธุรกิจจากภายนอกไปลงทุนทำรีสอร์ท และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยเป็นการจำลองหรือย่อส่วนการทำธุรกิจท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ให้มีขนาดเล็กลง เพราะต้องไปทำในชุมชนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่มากเหมือนเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ และมีการฝึกอบรมให้คนในชุมชนกลายเป็นผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น เป็นไกด์ เป็นเจ้าของกิจการทัวร์ เป็นเจ้าของร้านอาหาร ฯลฯ และต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด จนทำให้หลายชุมชนที่ไม่มี

ระมัดระวังในการพัฒนา หรือขาดการวางแผนในการกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่ดี
สูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง เช่น การแสดงทางวัฒนธรรมถูกดัดแปลงให้สอดคล้องกับ
รสนิยม ความคาดหวังและเวลาของนักท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัด และต้องไม่ลงทุนมากนักด้วย

ผลกระทบที่ตามมา คือ ความแตกแยก ความริ้วฉาน ความไม่สงบสุขของคนในชุมชน
กรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ คนในชุมชนแห่งหนึ่งจะตัดต้นไม้เพื่อมีพื้นที่ห้อยในบริเวณบ้าน
ของตนเพราะเมื่อการถูกรบกวนจากนักท่องเที่ยว เบื่อเสียงเครื่องเรือหางยาว และไม่พอใจที่ชุมชน
ของตนมีมลพิษมากขึ้น หรือในอีกหลายชุมชนที่ชาวบ้านไม่ค่อยพอใจเรื่องการจัดการผลประโยชน์
จากการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นธรรม หรือเกิดการแข่งขันกันทำธุรกิจระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชน
 ฯลฯ ซึ่งตัวอย่างเหล่านี้มีให้เห็นมากมายในเกือบทุกชุมชนที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปมาก ๆ โดย
ปราศจากการเตรียมความพร้อมของชุมชนมาก่อน

จากผลกระทบข้างต้น อาจประเมินได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนน่าจะเป็นเครื่องมือใน
การพัฒนาคนในชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยว เพราะเป็นความพยายามของหลายฝ่ายที่คิดสร้าง
รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่นี้ขึ้นมาทดแทน หรือคู่ขนานกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยหวังว่า
การท่องเที่ยวทางเลือกนี้จะทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น ตลอดจนทรัพยากรทางการ
ท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่จะได้รับการรักษา การอนุรักษ์ให้มีความยั่งยืนต่อไปเรื่อย ๆ ส่วนเหตุผลที่ว่า
การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนานักท่องเที่ยวด้วยนั้น ก็เพราะว่าการท่องเที่ยวชุมชนทำ
ให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ใหม่ ได้ความรู้ ความคิดใหม่ ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน
ชีวิตประจำวัน รวมทั้ง การประกอบอาชีพหากชุมชนมีศักยภาพเพียงพอ

มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยวชุมชน” ไว้หลากหลายว่า เป็นการท่องเที่ยว
ที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดย
ชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่
ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2540) หรืออีกแนวคิดหนึ่ง คือเป็นการทำให้
คนต่างถิ่นมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนเจ้าภาพ เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ประสบการณ์
ซึ่งกันและกัน ทั้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน และระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเอง นำไปสู่
การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนใน
ชุมชน เกิดการอนุรักษ์หรือพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยอาจมีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจต่อกลุ่มในชุมชน
หรือทั้งชุมชน (ACTPPR, 2550)

ในความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวชุมชนจะไม่เน้นการจัดบริการให้นักท่องเที่ยวและมุ่งเน้นผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจเป็นหลักเหมือนกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก หากแต่จะเน้นเรื่อง การพัฒนา “ของดี” “สิ่งดี” ที่ตนเองมี เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนก่อน จากนั้นจึงค่อยเผยแพร่ไปสู่คนภายนอก เพื่อให้คนภายนอกได้เรียนรู้ และ/หรือรับประโยชน์จากสิ่งที่มี “ของดี” “สิ่งดี” ในชุมชนอาจขยายความกว้างไปกว่าทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมก็ได้ คือรวมทั้งเรื่องการประกอบอาชีพที่ดี น่าสนใจ การมีวิถีชีวิตที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพกาย จิต สังคมและปัญญา และที่แน่นอนที่สุด ก็คือ ชุมชนจะยังคงเป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้มีอำนาจในการจัดการ ดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ อย่างเต็มที่ คนส่วนใหญ่ในชุมชนจะต้องได้รับประโยชน์ก่อน และเมื่อมีคนภายนอกเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสพการณ์กับคนในชุมชน ก็จะจัดการในลักษณะกัลยาณมิตร มิใช่ระหว่างลูกค้า/ผู้รับบริการ กับเจ้าของกิจการ/ผู้ให้บริการ ที่ต่างหวังประโยชน์สูงสุดจากกันและกัน

ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนที่มีการจัดการได้ดี คือ ชุมชนมีความเข้มแข็ง เกิดการพัฒนาชุมชนในมิติต่าง ๆ อย่างยั่งยืนตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่ เป็นประโยชน์แก่การเรียนรู้ หรือเข้ามาเพื่อผ่อนคลาย การพัฒนาแนวคิด สุขภาพของนักท่องเที่ยว และเมื่อนักท่องเที่ยวกลับไป ก็จะเกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างกัน มิใช่เกิดรายได้แก่ชุมชนแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวชุมชนจึงมีความเกี่ยวข้องกับการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสูง สามารถเชื่อมโยงไปสู่การจัดการสวัสดิการชุมชนที่ดี แม้กระทั่งเชื่อมไปถึงการแก้ไขปัญหาใหญ่ ๆ ระดับโลกได้อีกหลายอย่าง อาทิ การแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน เป็นต้น

ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีการจัดการได้อย่างเข้มแข็ง ส่วนใหญ่พัฒนาการมาจากการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ เช่น การอนุรักษ์ รักษาสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และสืบสาน ประเพณี วัฒนธรรมชุมชน พัฒนาอาชีพ การรักษาและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแก้ไขปัญหาของชุมชน พัฒนาการกระบวนการทำงานพัฒนาชุมชน หรือ มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่สมบูรณ์ ทำให้มีคนมาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการให้บริการต่าง ๆ แก่ผู้มาศึกษาดูงาน เช่น ที่พัก หรือบ้านพักโฮมสเตย์ การบริการอาหาร และค่อยพัฒนาการด้านอื่น ๆ มาจนเป็นอยู่ในปัจจุบัน

ในปัจจุบันยัง ไม่มีหน่วยงานใดที่จัดทำหรือเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทยอย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนชุมชนท่องเที่ยวทั่วประเทศ สถิตินักท่องเที่ยว ผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบจากการท่องเที่ยวชุมชนต่อสมาชิกชุมชนและชุมชนเอง ฯลฯ ข้อมูล

ด้านการท่องเที่ยวชุมชนยังคงกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงานวิจัยและ/หรือดำเนินโครงการนำร่องเท่านั้น

สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน มีหลากหลายวิธีตามศักยภาพของพื้นที่ แต่สิ่งที่มีความคล้ายคลึงกัน หรืออยู่บนพื้นฐานของการสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนา อาจสรุปได้ 8 แนวทางคือ

1) การสร้างความรู้ ความเข้าใจถึงการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก ไม่เน้นที่เศรษฐกิจเป็นตัวตั้ง เพราะจะนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งในเรื่องของผลประโยชน์ ก่อให้เกิดความแตกแยกในชุมชนในที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างให้คนเกิดความรัก ความภูมิใจ ความหวงแหน การรู้จักถึงคุณค่าเอกลักษณ์ วัฒนธรรมทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ตนมีอยู่เสียก่อน เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนมีเอกลักษณ์ มีเสน่ห์ และทำให้คนในชุมชนมีความต้องการที่จะนำเสนอความภาคภูมิใจในสิ่งต่าง ๆ ไปยังคนภายนอกและสามารถถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ชุมชนต้องเตรียมความพร้อมแล้วหรือยังในการรับมือกับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นหรือกำลังจะเกิดขึ้นอย่างรุนแรงในอนาคต พร้อมๆ กับการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่คนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนที่อาจได้และเสียประโยชน์จากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปครั้งละมาก ๆ หรือบ่อย ๆ รวมทั้งการป้องกันการแทรกแซงจากกลุ่มคนภายนอก เช่น กลุ่มทุน นักธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากนายทุนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและการลงทุนได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ที่ผ่านมามีการเปลี่ยนมือของที่ดินจากชาวบ้านไปสู่ผู้ทุนมากขึ้น และเราจะมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ชุมชนสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่มีเอกลักษณ์พิเศษ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนในหลายมิติ (Multi-Dimensions) เช่น ทำให้คนในชุมชนรักกัน เกื้อกูลกัน สามารถรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ในชุมชนให้ตกทอดไปถึงลูกหลาน ส่งผลให้คนภายนอกต้องการแสวงหา เรียนรู้และทำให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว ที่ทั้งสองฝ่ายต่างเรียนรู้จากกันและกัน สร้างเครือข่ายช่วยเหลือ สนับสนุนกันและกันในที่สุด

3) ชาวบ้านจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรหลากหลายแนวทางควบคู่กัน คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ, อนุรักษ์ทรัพยากรและวิถีชุมชน ทำผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนจำหน่าย อาทิ กลุ่มนวดแผนไทย ไกด์ท้องถิ่น กลุ่มศิลปวัฒนธรรม กลุ่มช่างฟ้อน กลุ่มนักร้อง กลุ่มประดิษฐ์บายศรี กลุ่มแม่บ้านแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรในชุมชน รวมทั้งรับสมัครบ้านที่พร้อมเป็นที่พักนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อพัฒนาหมู่บ้าน และให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

4) ชาวบ้านควรร่วมกันทำวิจัยเพื่อค้นหาศักยภาพของคนในชุมชน และนำองค์ความรู้ไปต่อยอดการพัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวภายใต้การจัดการของคนในชุมชนอย่างเป็นระบบ จนสามารถดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น ชาวบ้านสามารถรวบรวมพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ พืชสมุนไพร ไม้ดอกที่มีคุณค่าอย่างดอกเอื้องดิน ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาตามวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งผลสุดท้าย จะก่อให้เกิดชุมชนมีความภาคภูมิใจ

5) ควรมีการชววิถีชีวิตท้องถิ่นนิยม เป็นจุดขาย โดยชุมชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวไม่หลงทางในการมุ่งปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว ที่มาพร้อมกับกระแสทุนนิยม การท่องเที่ยววันนั้นก็จะไม่ยั่งยืนและล่มสลายไปในที่สุด ในทางกลับกันหากเราใช้รากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเอง เช่น เครื่องแต่งกายประจำถิ่น หรือเผ่าต่างๆ เดิมเป็นสัญลักษณ์ที่ผู้สวมใส่ภาคภูมิใจ แสดงถึงความมีอารยธรรมของท้องถิ่น และมักจะเหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ตลอดจนความเป็นอยู่ของชนถิ่นนั้นๆ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตประจำวัน มีความเรียบง่ายและเสน่ห์ในตัวเอง หากบริหารจัดการอย่างเหมาะสมก็จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชมได้อย่างดีเยี่ยม

6) ควรใช้ความต่างเพื่อก่อให้เกิดคุณค่า พลัง และความสุข เช่นการบริการการท่องเที่ยวแบบใกล้ชิดธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงชีวิตแบบจำเจ ที่สำคัญเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แพง ใช้เวลาในการเตรียมตัวก่อนเดินทางมากขึ้น

7) ควรให้ชุมชนเป็นแหล่งข้อมูล หรือแหล่งเรียนรู้เอง มีวิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่ายเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมถึงจัดการทรัพยากรบนพื้นฐาน 3 ประการ คือฐานการเรียนรู้และจัดการโดยชุมชน, ฐานองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น, และฐานพิธีกรรม เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่แตกต่างกับการท่องเที่ยวกระแสหลักอย่างชัดเจน

8) ต้องคำนึงถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพชีวิต/การมีส่วนร่วมของชุมชน และสิทธิในการบริหารจัดการทรัพยากร ไม่เน้นมูลค่าจากการท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวเป็นหลัก บนพื้นฐานของความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เพื่อป้องกันไม่ให้ทรัพยากรเกิดความเสื่อมโทรม และไม่มีที่ยั่งยืน

2. การประเมินความเข้มแข็งชุมชนด้านการท่องเที่ยว

จากแนวคิดข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวทางการจัดการทรัพยากรของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชนโดยแท้ ทำให้ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว หนุนเสริมความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น ที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต และทรัพยากรของตนเองได้ ก่อให้เกิดคุณค่า พลัง และความสุขติดตามมาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง

ของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของคน ควรจะต้องมีแนวทางการดำเนินการตามดัชนีชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนด้านการท่องเที่ยว 4 ประการ ดังนี้

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว

- 1.1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภทต้องได้รับการประเมินเพื่อทราบและเกิดความตระหนักในการนำมาใช้ประโยชน์
- 1.2) มีการจำแนกเขตและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การกำหนดมาตรการหรือเงื่อนไขของการพัฒนาตามศักยภาพของพื้นที่
- 1.3) มีแผนพัฒนาและบริหารจัดการที่อยู่ภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับได้ของทรัพยากร ทั้งกายภาพ ชีวภาพ และสังคมวัฒนธรรมมารองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน
- 1.4) มีการบำรุงรักษาแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้ทั้งมาตรการควบคุมและฟื้นฟู
- 1.5) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งชาวบ้าน คนจัดการและนักท่องเที่ยว จะต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ การฝึกแม่บ้านให้การต้อนรับแบบโฮมสเตย์ การอบรมนักสื่อความหมายธรรมชาติ อบรมนักสื่อความหมายด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

2) ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ

- 2.1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องกลมกลืนกับภูมิทัศน์เดิม โดยจะต้องมีเกณฑ์ในการควบคุมผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2.2) ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนมีโอกาสศึกษาเรียนรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

2.3) ระดับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างต้องอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ที่ชุมชนร่วมกันกำหนดไว้ และสอดคล้องกับขีดความสามารถการรองรับในทุกด้าน

2.4) นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างมาเยือนหรือพำนัก

2.5) มีข้อมูลการสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

3) ด้านตลาดการท่องเที่ยว

3.1) มีการพัฒนาระบบธุรกิจการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

3.2) มีการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอื่นในลักษณะของการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

3.3) มีการพัฒนาฐานข้อมูลในด้านภูมิหลัง ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบและตัดสินใจในการดำเนินโครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน

3.4) มีการประเมินผลตรวจสอบ และวิจัย เกี่ยวกับการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบ การพัฒนาการท่องเที่ยว

4) ด้านการบริหารจัดการเชิงบูรณาการร่วมกัน

4.1) ชุมชนมีวิสัยทัศน์และนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตน โดยการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน เพื่อเป็นกรอบการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน

4.2) ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยการจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการและบุคลากร

4.3) มีการกระจายผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

4.4) มีแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างบูรณาการ โดยเฉพาะมีการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และมีเป้าหมายการใช้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์สูงสุด ใช้ได้นานที่สุด มีปัญหาหรือผลกระทบน้อยที่สุด

- 4.5) มีการประสานแผน และเชื่อมโยงการพัฒนา กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น (อบต. หรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น
- 4.6) ภาวะสังคมในชุมชนต้องได้รับการพัฒนา และได้รับประโยชน์ทำให้เขาสามารถที่จะอยู่ในบริเวณนั้น ได้ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ รวมทั้งเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของคนในชุมชนและเกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ
- 4.7) ภาวะเศรษฐกิจในชุมชนต้องได้รับการพัฒนา โดยต้องจัดการคนในชุมชนให้ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจำหน่ายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว หรือเกิดการจ้างงานในแหล่งท่องเที่ยวเกิดการกระจายรายได้ การสร้างอาชีพใหม่ ให้แก่คนในชุมชน มีการนำรายได้จากภายนอกเข้าสู่ชุมชนเพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชนต่อ
- 4.8) สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตในชุมชนต้องได้รับการพัฒนา โดยมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไฟฟ้า ถนน ในแหล่งท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นด้วย
- 4.9) หน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต้องให้การสนับสนุนชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นฟื้นฟูธรรมชาติและใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

2.8. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ได้มีอิทธิพลต่อกิจกรรมในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ดังจะเห็นจากความพยายามเข้าไปมีอิทธิพลต่องานพัฒนาทั้งทางรัฐและเอกชน ในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมาที่มีความพยายามจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประเทศกำลังพัฒนา พัฒนาการทางความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมเกิดขึ้น

ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1940 โดยได้ถือริเริ่มและถ่ายทอดในกระบวนการพัฒนาอย่างมีแผนและถูกแทรกอยู่ในนโยบายความช่วยเหลือทางการพัฒนาของประเทศตะวันตกและในการวางแผนการพัฒนาของกลุ่มประเทศด้อยพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงทศวรรษแห่งการพัฒนา (1950-1960) ที่ได้ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมถูกใช้เป็น “การปฏิบัติการ” ในกระบวนการพัฒนาชุมชน โดยเน้นให้คนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมในกระบวนการพัฒนาเพื่อปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของตนเอง การพัฒนาชุมชนดังกล่าวทำให้ “การมีส่วนร่วม” ถูกใช้สร้างเป็นแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะ (skill) และสนับสนุนเชิงกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนา รวมทั้งสร้างความรับผิดชอบในการสนับสนุนต่อการร่วมปฏิบัติในงาน โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ นอกจากนี้การพัฒนาชุมชนในระยะดังกล่าวยังเป็นการวางฐานองค์กรชุมชนโดยมุ่งเน้นให้องค์กรเป็นผู้สนับสนุนให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร และมุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการลดจนความรู้ความเข้าใจการมีส่วนร่วมและความสามัคคีพร้อมใจในหมู่สมาชิกของชุมชน อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่าผู้ที่เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนามักจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐและเข้ามาจัดการในทุกขั้นตอนของกระบวนการมากกว่าคนในท้องถิ่น จนถูกตั้งเป็นข้อสมมติฐานว่า “การมีส่วนร่วม” อาจเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดปัญหาความยากจนโดย “คนจน” ไม่ได้ถูกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม ด้วยเหตุนี้ช่วงแรกของทศวรรษ 1990 หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือทางการพัฒนาจึงได้ให้น้ำหนักของทรัพยากรในการให้ความช่วยเหลือไปที่การส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการสร้างความตระหนักของสาเหตุของการไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อจะแก้ไขปัญหการพัฒนาจากการพัฒนาแบบสั่งการ (top-down development) และไม่มีส่วนร่วม ไปเป็นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) จากโครงการพัฒนา United Nation Development Programmed (2001) (อัจฉรา สโรบล, 2549) การมีส่วนร่วมจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการของการพัฒนาที่เสริมสร้างให้สมาชิกของกลุ่ม มีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา หาแนวทางแก้ไข วางแผนการดำเนินงาน ตลอดจนร่วมกันดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม การมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการที่สมาชิกในชุมชนมีการกระทำซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของ การดำเนินการร่วมกัน และมีความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ตลอดจนตัดสินใจในกิจกรรมการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการ หรืออาจเป็นการดำเนินการร่วมกันในการเพิ่มอำนาจการต่อรอง ทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ และการปรับปรุงสถานภาพทางสังคมของกลุ่ม ในการเพิ่มอำนาจการต่อรองทางการเมือง เศรษฐกิจ เพื่อปรับปรุงสถานภาพทางชุมชนในสังคมต่อไป (นำชัย ทนุผล 2529: 117, Stevenhagen 1971: 74 ใน ปรัชญา

เวสารัชช 2528: 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนยัง เป็นกระบวนการ การดำเนินงาน รวมถึง ประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของ ชุมชน โดยยึดหลักการว่าสมาชิกในชุมชนนั้น ๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนไปจนถึงลงมือ ปฏิบัติงานเพื่อสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาของประชาชนในชุมชน การมีส่วนร่วมของ ประชาชนยังมีความหมายครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่เริ่มต้นของการวางแผน ไปจนถึงลงมือปฏิบัติตามแผนและประเมินผล (ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์, 2531: 24-30)

ในทำนองเดียวกัน นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2533: 20) ได้ให้ความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) การมีส่วนร่วมโดยสมัครใจ คือ การให้ประชาชนเข้า เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ตัดสินใจและกระบวนการดำเนินการของกลุ่มตลอดจนร่วมรับ ผลประโยชน์จากกลุ่ม และ 2) การที่จะให้ประชาชนมีทั้งสิทธิและหน้าที่ที่ความพยายามและความ เป็นตัวเอง เข้าดำเนินการควบคุมทรัพยากรและระเบียบในสถาบันต่าง ๆ คล้ายคลึงกับการให้ ความหมายของบัวเรศ ประไซโย และคณะ (2538) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการ ที่สมาชิกของกลุ่มมีความสมัครใจในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป้าหมายที่ต้องการร่วมกัน การ เริ่มต้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดจากความต้องการภายนอก โดยที่ประชาชนมีศักยภาพ พอที่จะเข้าร่วมในการดำเนินงาน มีความพร้อมที่จะเข้าร่วม มีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมและอำนาจ ในการตัดสินใจ ภายนอกเป็นเพียงผู้คอยสนับสนุนและช่วยเหลือเท่านั้น

นอกจากนี้ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543: 138-139) ยังได้สรุปความหมาย ของ “การมีส่วนร่วม” ไว้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนาโดยให้ประชาชน เข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุด โครงการ ได้แก่การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากร และเทคโนโลยีในท้องถิ่น การบริหารจัดการ การ ติดตามประเมินผล รวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยโครงการพัฒนาดังกล่าว จะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในนัยทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การส่งเสริม สิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการ จัดการ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชน อันจะ ก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของ ตนและได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา และ 2) การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็น การพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็น ส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร มีอำนาจ

ต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน โดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการคืนอำนาจ (empowerment) ในการพัฒนาให้แก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการพัฒนาความเท่าเทียมกันของชายและหญิง (gender) ในการดำเนินงานพัฒนาด้วย

ในขณะที่นักวิชาการคนอื่น ๆ ก็ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมแตกต่างกันออกไป โดยทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527: 183-188) ได้ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมหมายถึง การเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลในสถานการณ์กลุ่ม (group situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม ส่วนยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2526: 20) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไปว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณา ตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อตัวเอง

สำหรับเฉลียว บุรีภักดีและคณะ (2545: 113-114) เสนอว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่ใช่หมายความเพียงการดึงประชาชนเข้ามาทำกิจกรรมตามที่ผู้นำท้องถิ่นคิดหรือจัดทำขึ้น เพราะแท้จริงแล้วในหมู่บ้านหรือชุมชนต่าง ๆ มีกิจกรรมและวิถีดำเนินงานของตนอยู่แล้ว ประชาชนมีศักยภาพที่จะพัฒนาหมู่บ้านของตนได้ แต่ผู้บริหารพัฒนามักจะไม่สนใจสิ่งที่มีอยู่แล้ว โดยพยายามสร้างสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้ได้ชื่อว่าเป็นความคิดหรือโครงการของตน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบายพัฒนาท้องถิ่น อันเป็นกระบวนการขั้นต้นของการวางแผนในการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นที่อยู่อาศัยในการดำรงชีวิตของตน นอกจากนั้นหลังจากที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์และแผนงานร่วมกัน และปฏิบัติงานตามแผนงานของโครงการดังกล่าวร่วมกันแล้ว ยังมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากการบริการ รวมทั้งยังมีส่วนร่วมในการควบคุมประเมินผลโครงการต่าง ๆ ของท้องถิ่น ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยทางอ้อม คือ ผ่านกรรมการที่เป็นฝ่ายบริหารของหมู่บ้านหรือเป็นไปโดยตรง คือ ได้เข้ามีส่วนร่วมด้วยตนเอง

รูปแบบ และ ประเภทของการมีส่วนร่วม

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงรูปแบบและประเภทของการมีส่วนร่วมไว้มากมายหลายลักษณะซึ่ง ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527: 188) ได้อธิบายถึงรูปแบบการมีส่วนร่วม โดยจำแนกออกได้ 3 ประการ ตามลักษณะของการมีส่วนร่วม คือ 1) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (direct participation) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน (inclusive organization) เช่น การ

รวมกลุ่มเยาวชนในกลุ่มต่าง ๆ 2) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (indirect participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน (representative organization) เช่น กรรมการของกลุ่ม กรรมการหมู่บ้าน และ 3) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ (open participation) โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน (non-representative organization) เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ตลอดเวลา

ในขณะที่ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543: 144-145) ได้รวบรวมลักษณะของการมีส่วนร่วมจากนักวิชาการและนักพัฒนาหลายท่าน สรุปลักษณะของการมีส่วนร่วมได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมประชุม
5. การมีส่วนร่วมออกเงิน
6. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
7. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ
8. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์
9. การมีส่วนร่วมชักชวน
10. การมีส่วนร่วมบริโภค
11. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่ม
12. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน หรือเป็นลูกจ้าง
13. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

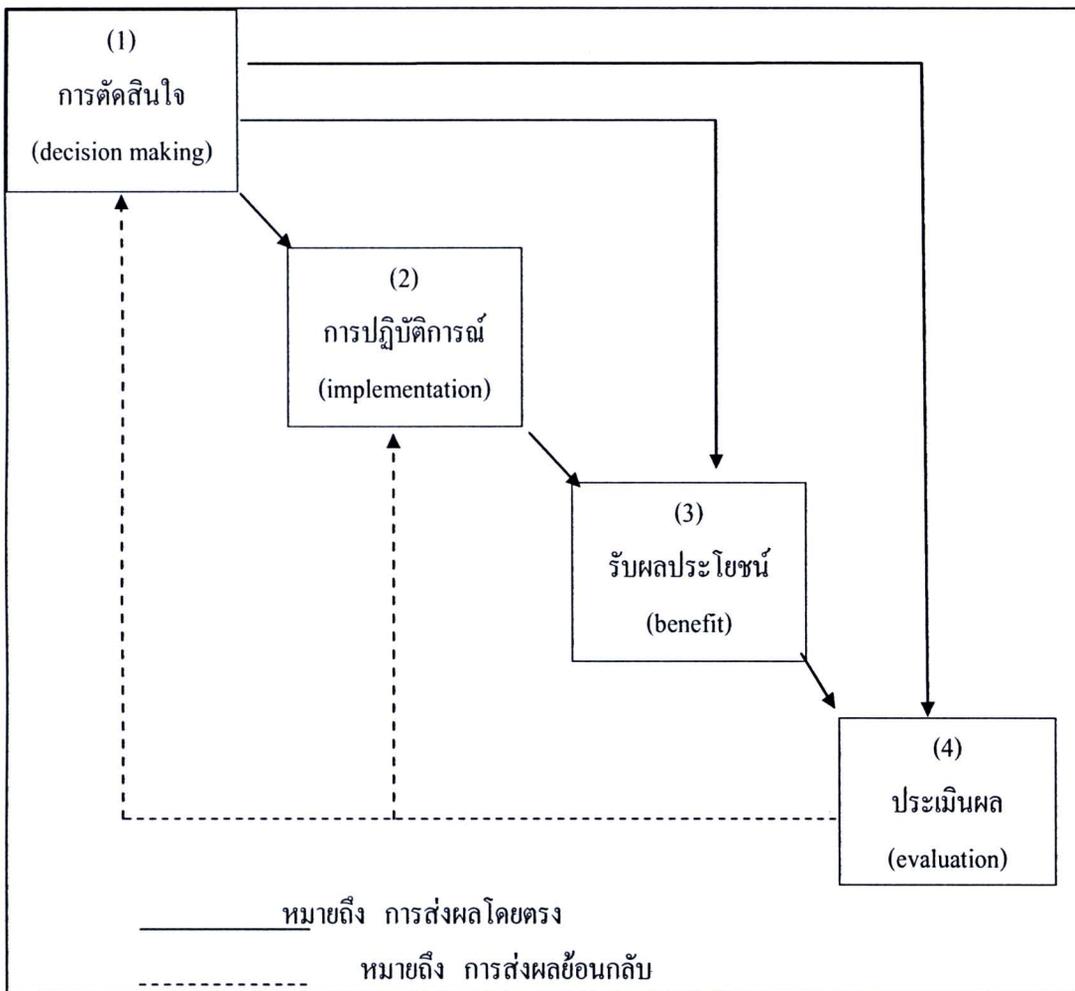
Cohen and Upphoff, 1977 ได้แบ่งขั้นตอนของการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน

คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) จะประกอบด้วย 3 ขั้นคือ ขั้นเริ่มตัดสินใจ ขั้นดำเนินการตัดสินใจ และขั้นการตัดสินใจปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานงานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit) ไม่ว่าจะเป็ผลประโยชน์ส่วนบุคคล ผลประโยชน์ทางด้านสังคม และผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินหรือทางด้านวัตถุ

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation) ซึ่งจะ
กับการปฏิบัติการและการตัดสินใจ

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจ จะมีผลต่อการปฏิบัติการและ
การปฏิบัติการจึงส่งผลกระทบต่อทั้งไปยังการรับผลประโยชน์และการประเมินผล ในขณะที่เดียวกันการ
ตัดสินใจจะมีผลโดยตรงกับการรับผลประโยชน์และการประเมินผล และการประเมินผลจะมี
ความสัมพันธ์โดยตรงกับการปฏิบัติการและการตัดสินใจ และการปฏิบัติการจะส่งผลย้อนกลับ
ไปยังการตัดสินใจด้วย ดังแสดงในแผนภาพที่ 7



แผนภาพที่ 2.7 วงจรการมีส่วนร่วม

ส่วนองค์การอนามัยโลก (รามศรี พรหมชาติ, 2545: 10) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผน ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญตั้งเป้าหมายกำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีการติดตามและประเมินผล และประการสำคัญ คือ การตัดสินใจด้วย
2. การดำเนินกิจกรรม ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดสรรควบคุมทางการเงินและการบริหาร
3. การใช้ประโยชน์ ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการนำเอากิจกรรมมาให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเอง และการควบคุมทางสังคม
4. การได้รับประโยชน์ ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นที่ที่เท่ากันซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว สังคม หรือวัตถุก็ได้

จากแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น พอสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การที่สมาชิกในชุมชนเข้าไปเกี่ยวข้องในกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการกระทำของสมาชิก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และร่วมรับผิดชอบร่วมกับกลุ่มนั้น

2.9. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการดำเนินโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีความเชื่อพื้นฐานว่าชุมชนมีความสามารถและการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในการพัฒนาชุมชน โดยการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism development) เป็นการพัฒนาชุมชน โดยใช้การมีส่วนร่วมผสมผสานกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งมีองค์ประกอบเชิงหลักการสำคัญ 3 ประการคือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกระจายรายได้ จากหลักการการท่องเที่ยว ดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนท้องถิ่นจะสามารถดำเนินการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต้องเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งในการต่อรองและจัดระบบการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งจากการสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิชุมชนและศักยภาพชุมชน และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวและมีส่วนได้รับประโยชน์ โดยเฉพาะรายได้จากการท่องเที่ยวจำเป็นต้องส่งเสริมสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมโดยผ่านรูปแบบของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของแนวคิดเรื่องสิทธิชุมชน กลุ่มที่มีศักยภาพหรือมีความเข้มแข็งจำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มตั้งแต่การเห็นพ้องต้องกันในระบบคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรม การกำหนดแนวทางในการดำเนินกิจกรรม การวางระเบียบหรือข้อตกลงร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมตั้งแต่เริ่มกิจกรรมจนถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นร่วมกัน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวจะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ช่วยแก้ปัญหาผลกระทบของการท่องเที่ยวทั้งในด้านสภาพแวดล้อมสังคมวัฒนธรรมและการกระจายรายได้ จากการศึกษาวิจัยสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว การสังเคราะห์ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ผู้วิจัยได้กำหนดข้อเสนอ (propositions) ในการวิจัย ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นเงื่อนไขสำคัญ (necessary condition) และพอเพียง (sufficiency condition) ต่อการจัดการท่องเที่ยวใน ชุมชนให้เป็นไปตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนขึ้นอยู่กับศักยภาพหรือความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนในการต่อรองและจัดระบบการท่องเที่ยวในชุมชน

3. นอกจากองค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งแล้ว ครัวเรือนหรือสมาชิกในครัวเรือนที่มีความต้องการในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ศักยภาพในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนจึงจะสามารถมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ศักยภาพในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ศักยภาพในการสร้างความพึงพอใจ แก่นักท่องเที่ยว และศักยภาพในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสิ่งที่เสริมสร้างหรือพัฒนาขึ้นมาได้ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน หากได้รับการจัดสภาพการณ์ที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งกระบวนการที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน ในชุมชน ประกอบด้วย การประชุมเสวนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน (focus group discussion) การฝึกอบรม (training) การฝึกปฏิบัติงาน (on the job training) และการสาธิต (demonstration) ทั้งนี้คนทุกคนมีศักยภาพที่จะเรียนรู้ได้หากได้รับการยอมรับและมีโอกาสในการฝึกฝนเรียนรู้

ระบบความสัมพันธ์ตามข้อเสนอดังกล่าวสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดเชิง
ทฤษฎีและกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

ภาพที่ 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน ในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

