

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เพื่อจัดสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน :กรณีศึกษาหมู่บ้านกะเหรี่ยง ตำบลห้วยผา อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carring Capacity)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว (SWOT)
4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing Mix of Tourism)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ได้มีผู้เชี่ยวชาญให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้อย่างหลากหลาย ดังจะได้ยกมาแสดงแต่เพียงบางส่วน ดังนี้

ฐิติธิ์ ฐชาติ (2538:32) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น ธรรมชาติ โบราณวัตถุ โบราณสถาน วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต พยายามลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากร หรือทำให้กระทบต่อทรัพยากรให้น้อยที่สุด สงวนรักษาทรัพยากรให้คงอยู่ในสภาพเดิม การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนเจ้าของท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ต้องสงวนรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ให้อนุชนรุ่นหลัง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 :7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยว กลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรมชาติ ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอ อย่างเพียงพอแต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมในที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538 อ้างใน เนตรชนก นันท์, 2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรวมทั้งการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตโดย

1. ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนในท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

ศรันย์ เลิศรักษ์มงคล (2540:14) ได้ให้แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ 7 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางสหธรรมต่างๆ แก่ลูกหลาน
2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องมีการอบรมให้เห็นความสำคัญและความเป็นมาของวัฒนธรรมทางสหธรรม รวมถึง โบราณสถาน โบราณวัตถุในท้องถิ่นนั้น
3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องปฏิบัติและร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
4. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องร่วมกันฟื้นฟูอย่างเต็มที่หากสิ่งดังกล่าวข้างต้นถูกปล่อยปละละเลย
5. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องประสานกับรัฐในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและสนใจแก่คนทั่วไป
6. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องปฏิบัติตนเป็นเจ้าของบ้านที่ดีและเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ

7. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องพัฒนาสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์

เคลมเวอร์ดอน และองค์การอนามัยโลก (Cleverdon and WHO 2542 อ้างใน สรวิสวัสดิ์ อาสาธรพกิจ, 2542) ได้ให้ความเห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการป้องกันและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง ด้วยการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความหมายต่อการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ด้วย

เรสส์ (Ress, 1989 อ้างใน Gunn, Clare A., 1994) ได้ให้ความเห็นไว้อย่างน่าสนใจว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นคือการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมในเชิงบวกที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียต่อระบบนิเวศและสังคมของชุมชนในท้องถิ่น โดยจะต้องมีการกำหนดนโยบายและวางแผนอย่างมีบูรณาการ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และเป็นที่ยอมรับของสังคม ให้ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบนั้นได้เข้าไปมีส่วนร่วมในทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือเอกชน

จะเห็นได้ว่า แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในประเด็นย่อย แต่เมื่อประมวลหลักใหญ่ๆ เข้าด้วยกันแล้วก็พอสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้จะต้องคำนึงถึง

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น
2. สภาพสมดุลของระบบนิเวศ
3. ความสามารถในการรองรับของพื้นที่การท่องเที่ยว
4. การดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

สรุปกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 6 องค์ประกอบ คือ

1. การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีแนวทางการปฏิบัติดังนี้ คือ
 - 1.1 จัดแบ่งเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
 - 1.2 กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่มากขึ้น
 - 1.3 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเสริมในแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.4 ประเมินขีดความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว

1.5 ทำการศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

1.6 จัดให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การแจกแผ่นพับ วิดีโอ หรือสื่อต่างๆ

1.7 จัดงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เพียงพอ

2. การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการวางแผนพัฒนาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม รักษาสภาพแวดล้อมให้สมบูรณ์ มีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีมาตรการทางกฎหมายเข้ามาควบคุมผู้กระทำผิดต่อสิ่งแวดล้อม มีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความเคารพต่อประชาชนและสิ่งแวดล้อม โดยไม่มุ่งกอบโกยผลประโยชน์จนลืมคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับส่วนแบ่งจากการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมทั้งควรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวของตนมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนอีกด้วย

4. การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อวิเคราะห์และพิจารณาโอกาสที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และขยายตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์และพยากรณ์การตลาดโดยวิธีการ SWOT คือการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว (8P's) ในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

5. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยการกำหนดรูปแบบและวิธีการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น ร่วมแก้ปัญหาและร่วมจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

6. การพัฒนาจิตสำนึกของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้เกิดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เกิดการพัฒนาทักษะและทัศนคติที่เหมาะสมต่อการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและทุกระดับ

2. ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carring Capacity)

ฐิติธิ์ ฐชาติ (2544:65) กล่าวว่าเนื่องจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีจุดจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นก่อนการส่งเสริมการท่องเที่ยว ณ สถานที่ใด ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อมิให้เกิดปัญหาทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เงินตราที่ได้จากการท่องเที่ยวที่ขาดการวางแผนย่อมไม่คุ้มกับการเสียหายโครงสร้างของสังคมดังกล่าวแล้ว แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ยังมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในระยะแรกมีคนเข้าไปเที่ยวน้อย แต่เมื่อมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นนักท่องเที่ยวก็เข้ามามากขึ้น มีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานการผลิตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหลงใหลเข้าไปมากขึ้นอีก จนกระทั่งแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม นักท่องเที่ยวเบื่อหน่าย จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบกับความขาดทุน ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ (2538:129-130) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ โดยกล่าวว่า ธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ย่อมมีขีดจำกัด ความสามารถที่รับได้มีอยู่ระดับหนึ่ง ระดับความสามารถที่รับได้นี้แตกต่างกันไปตามความแตกต่างทางด้านกายภาพและชีวภาพของพื้นที่ และกิจกรรมของมนุษย์ที่กระทำในพื้นที่นั้น จากพื้นที่เกินขีดจำกัดนี้ไปแล้ว จะทำให้สภาพและความสมดุลของพื้นที่สูญเสียไปจนเกิดปัญหาต่อเนื่องอื่นๆ ตามมา ความสามารถที่จะรับได้นี้สามารถแยกพิจารณาเป็น 3 ประเด็นคือ

1. ความสามารถที่จะรับได้ทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ลักษณะหรือสภาพทางกายภาพของสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามความประสงค์เป็นขีดจำกัดที่กำหนดได้ชัดเจนและจับต้องได้มากกว่า เช่น ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แน่นอนตายตัวย่อมเป็นตัวกำหนดว่าสามารถสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างได้จำนวนมากหรือน้อยเท่าใด เป็นต้น

2. ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม (Social Carrying Capacity) หมายถึง ความสามารถของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวที่จะพัฒนาเพื่อให้ หรือขายบริการแก่ผู้มาเที่ยว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในจำนวนสูงสุดโดยไม่ทำให้เกิดภาวะแออัด

3. ความสามารถที่รับได้ทางนิเวศ (Ecological Carrying Capacity) หมายถึง ความสามารถของภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติในและบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้กับการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยาที่เกิดจากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะการที่นักท่องเที่ยวไปรวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจำนวนมากย่อมก่อให้เกิดความกดดันต่อพื้นที่นั้นโดยตรง ซึ่งบางครั้งมากเกินไปกว่าพื้นที่นั้นจะรับได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542:440) กล่าวว่า จิตความสามารถการรองรับของพื้นที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถอยู่ได้ด้วยความพอใจและได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ โดยไม่ทำให้สภาพแวดล้อมถูกทำลายหรือถูกทำลายน้อยที่สุด และยังคงรักษาสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีไว้มากที่สุด ทั้งนี้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องไม่กระทบต่อความจำเป็นพื้นฐานและความรู้สึกนึกคิดของประชากรในท้องถิ่นด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542:445-446) ได้กล่าวโดยสรุปว่า ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวทางการจัดการจิตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวไว้หลายแนวทาง ดังนี้

1. แนวทางที่อิงสิ่งแวดล้อม (Environmentally Based Perspective) เสนอว่า การจัดการจิตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจิตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในบริบทนี้จึงหมายถึง จำนวนคนมากที่สุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวได้โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ไม่อาจยอมรับได้ และไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีคุณภาพลดลงจนไม่อาจยอมรับได้ แนวทางนี้จึงชี้แนะว่าจะต้องมีการกำหนดสถานะของการท่องเที่ยวที่น่าปรารถนาไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้เป็นเกณฑ์สำหรับประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยว

2. แนวทางที่อิงการตลาด (Market-Driven Approach) แนวทางนี้เสนอว่า จิตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวจะถึงจุดวิกฤต เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่ไปขัดขวางความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว ในการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวการล่วงล้ำระยะวิกฤตของจิตความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับความต้องการหรืออุปสงค์ทางการตลาดที่ลดลง จะด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามนักท่องเที่ยวเริ่มรู้สึกเฉยชาต่อแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ ดังนั้นโดยทั่วไปอาจสรุปได้ว่าสถานะที่น่าปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยวได้ลดต่ำกว่าเกณฑ์ไปแล้ว เมื่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน เพราะฉะนั้นเมื่อจิตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวถูกล่วงล้ำจะต้องมีการดำเนินการมาตรการต่างๆ เพื่อแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า ชุมชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวได้กำหนดสถานะที่น่าปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยวไว้เช่นไร มาตรการเหล่านั้นอาจกระทำในรูปของการขยายจิตความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาใหม่ หรือในทางตรงกันข้าม อาจกระทำในรูปการจำกัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมิให้เกิดผลกระทบทางลบ เพื่อลดสถานะที่ไม่พึงปรารถนาให้น้อยจนอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3. แนวทางที่อิงชุมชน (Community-Based Perspective) เสนอว่า ชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยวก่อนที่ชุมชนบริเวณนั้นจะรู้สึกถึงผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานเพื่อวัดผลกระทบอาจกระทำโดยอิงค่านิยมของชุมชนนั้น

การจัดการชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตามแนวทางนี้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างความเห็นพ้องกันระหว่างทุกฝ่ายในชุมชน เช่น ผู้อาศัย หน่วยงานราชการ และเอกชน เป็นต้น เพื่อกำหนดสถานะที่พึงปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยว และวิธีการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน สถานะที่พึงปรารถนานี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ และแนวทางการจัดการชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การเพิ่มจำนวนตำรวจช่วยรักษาความปลอดภัยของชุมชนไว้ได้แม้ว่าปริมาณนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น

ดังนั้นชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว จึงหมายถึง การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่จะสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งในการจัดการชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่นักท่องเที่ยว ชุมชนสามารถได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเหมาะสม

3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว (SWOT)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว (SWOT) หมายถึง การวิเคราะห์และประเมินว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) อย่างไร เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดแนวทางการปฏิบัติและจัดสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นต่อไป

วิธีการพิจารณาว่าสิ่งใดเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค มีดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths) เป็นสิ่งที่ดีงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสวยงามและน่าประทับใจ ที่ดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นผลบวกทุกประการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ จุดแข็งยังรวมถึง ความร่วมมือของประชากรในหมู่บ้าน วิถีชีวิตของชาวบ้านและภูมิปัญญาชาวบ้าน

2. จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นข้อเสียและปัจจัยด้านลบต่างๆ ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เป็นความไม่สวยงามและไม่น่าประทับใจ ส่งผลกระทบต่อ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านลบ ซึ่งตรงข้ามกับจุดแข็ง นอกจากนี้จุดอ่อน หมายถึง การขาดความร่วมมือของประชาชนในหมู่บ้าน การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชาวบ้าน

3. โอกาส (Opportunities) เป็นปัจจัยภายนอกที่เข้ามากระทบ และก่อให้เกิดผลทางด้านบวก ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่มากขึ้น สร้างผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอและเหมาะสม เช่น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ การมีวันหยุดพักผ่อนเพิ่มขึ้น การคมนาคมที่สะดวก ปลอดภัย เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threats) เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลในทางลบต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภาวะการแข่งขัน ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การคมนาคมไม่สะดวก นักท่องเที่ยวไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากสาเหตุต่างๆ และขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป คือ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน เป็นการพิจารณาจากปัจจัยภายในของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนโอกาสและอุปสรรคนั้นจะพิจารณาจากปัจจัยภายนอกนั้นเองซึ่งแนวความคิดดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวความคิดการวิเคราะห์ของ เสรี วงษ์มณฑา (2542:35-36) ซึ่งได้กล่าวว่าการวิเคราะห์ SWOT หมายถึง การวิเคราะห์และประเมินว่า ธุรกิจมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคอย่างไร เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing Mix of Tourism)

เรสนิก (Resnick, 1991:26-29) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจำหน่าย (Process of Delivery) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchasing Process) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) การมีส่วนร่วม (Participation)

จากแนวคิดของเรสนิก สามารถอธิบายส่วนประสมทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ดังนี้ (ถลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2542:59)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขาย เช่น รายการทัวร์เหมา (Package Tour)

2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการ และการกำหนดราคา เช่น ราคาทัวร์ยุโรป 9 วัน 3 ประเทศ 46,900 บาท

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด เช่น จัดจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซึ่งจำนวนมากขึ้น เช่น การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

5. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการและขณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น การขายทัวร์ที่เคาน์เตอร์ของพนักงานขายกับลูกค้า การพักในห้องพักรของโรงแรม

6. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

7. การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลายๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมายของธุรกิจ เช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (All-inclusive Tour)

8. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างผู้ซื้อ (Buyers) และผู้ขาย (Sellers) ในธุรกิจท่องเที่ยวในการร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และได้รับความพอใจสูงสุดโดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม

ซีตัน แอนด์ เบนเน็ต (Seaton and Bennett อ้างใน สุริยา สัมจันทร์, 2545:21) ได้สรุป 6 ขั้นตอนในกระบวนการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การศึกษาว่าลูกค้าคือใคร ต้องการอะไร
2. การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไป สภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)
3. การกำหนดวัตถุประสงค์
4. การวางแผนดำเนินการ โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)
5. การสร้างข้อกำหนดในองค์กรเพื่อให้สามารถดำเนินการตามแผนได้
6. การประเมินผล

จากแนวคิดดังกล่าว พบว่าในการกระบวนการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง คือการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเองก่อนว่าเป็นใคร มีลักษณะหรือพฤติกรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างไร แล้วจึงทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสภาพแวดล้อม เพื่อทำการกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงาน รวมทั้งต้องทำการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุงแนวทางการ

ดำเนินงานให้มีความถูกต้องและเหมาะสมมากที่สุด แต่ต้องสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ใช่สนองตอบการท่องเที่ยวแบบมวลชน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิติทธิ์ ชูชาติ และคณะ (2544) ได้วิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มน้ำวาง ผลจากการวิจัยพบว่า ชาวบ้านกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเขตลุ่มแม่น้ำวาง มีความรู้ความเข้าใจและมีตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งในการร่วมมือกับชาวบ้านเพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หลังจากรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวประสบผลสำเร็จทำให้นักท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่กลุ่มทัศนศึกษา) เข้าใจธรรมชาติและชีวิตวัฒนธรรมของกะเหรี่ยงมากขึ้น และกะเหรี่ยงก็เห็นคุณค่าและฟื้นฟูวัฒนธรรมเพื่อการดำรงชีวิตมากขึ้น จุดอ่อนที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว คือ ชาวบ้านเริ่มมีปัญหาเกี่ยวกับรายได้จากการท่องเที่ยว คือต้องการรายได้เพิ่มขึ้น แต่คณะผู้วิจัยก็ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นแต่เพียงกิจกรรมเสริมรายได้จากอาชีพการเกษตร การขาดงบประมาณในการส่งเสริมการขาย ก็เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวขาดการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว

งานวิจัยเรื่องนี้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนอกจากทำให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมแล้ว ผลกระทบที่สำคัญคือ ชาวบ้านเกิดการฟื้นฟู หวงแหน อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวเข้าใจดีในเรื่องธรรมชาติและวัฒนธรรม

เดชา ไต้สูงเนิน (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรกรรมศึกษา: บ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวเกิดขึ้นใน 3 พื้นที่ คือ 1) พื้นที่บริเวณศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ 2) พื้นที่บริเวณถนนเชื่อมต่อระหว่างบ้านม่วงคำกับบ้านโป่งแยงใน และ 3) บริเวณบ้านผานกกก ในส่วนพื้นที่ภายในศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเข้ามาเพื่อศึกษาดูงานและเยี่ยมชมกิจกรรมทางด้านการเกษตร ภายในศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล ส่วนศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจแวะเที่ยวชมมากนัก เนื่องจากศูนย์ท่องเที่ยวยังไม่พร้อมที่จะเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศคือ บริเวณถนนเชื่อมต่อระหว่างหมู่บ้านม่วงคำและบ้านโป่งแยงใน ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินเท้าเพื่อชมธรรมชาติสองข้างถนน และศึกษาวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ผลจากการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำ พบว่ามีสาเหตุมาจาก การมอบหมายอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานด้านการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ ขาดบุคลากร ขาดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างองค์กร และเกิดความขัดแย้งภายใน

และภายนอกชุมชน ผลจากการศึกษาถึงแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำ จะต้องมีการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเกษตรแก่นักกลางที่เข้ามาดำเนินงาน ต้องมีการวางแผนเพื่อจัดระบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านเพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจร มีการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อใช้ในการศึกษาดูงานและการท่องเที่ยวตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่โดยจัดให้เป็นสัดส่วนตามขีดความสามารถของพื้นที่และชุมชนที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอาคารสถานที่เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ต้องให้การสนับสนุนและพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรหรือสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพสูงขึ้น สามารถแข่งขันกับตลาดภายนอกได้ สิ่งที่ต้องดำเนินการ โดยเร่งด่วน คือ การประสานความร่วมมือระหว่างชุมชนในท้องถิ่นและองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่อง ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น แต่ต้องเร่งสร้างความสามัคคีเพื่อเพิ่มการต่อรองทางการตลาดในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และให้ประชาชนทั้งในและนอกหมู่บ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรให้มากยิ่งขึ้น

กริช ส่องทอง (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาชุมชนไต่ห่าหมู่บ้านน้ำบ่อขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผลของการวิจัยพบว่า ชุมชนแห่งนี้มีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เนื่องจากมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวครบทั้ง 3 ด้าน คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แต่ยังมีจุดอ่อนในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูง ซึ่งได้แก่ โทรศัพท์สาธารณะ ห้องสุขา ที่พักแรม ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายของที่ระลึก นอกจากนี้ผู้ศึกษา ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ความพร้อมของชุมชน และภาวะผู้นำ พบว่าด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชนในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชนเป็นอย่างดี ด้านความพร้อมของชุมชน ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความพร้อมกว่าในปัจจุบัน ในด้านภาวะผู้นำ ประชาชนในชุมชนให้ความเคารพและเชื่อฟังผู้นำในชุมชนเป็นอย่างดี

ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งผาลาด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ผลของการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเฉพาะของชาวเขานเผ่ามูเซอคำ ยังคงสืบทอดวัฒนธรรมการแต่งกาย โดยผู้ชายแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีดำทั้งชุด ผู้หญิงสวมชุดสีดำยาวตกแต่งด้วยผ้าสีขาวที่บริเวณแขนและสาบเสื้อ และมีการสืบทอดประเพณีปีใหม่เรียกว่า “เขาะจาเว” ซึ่งตรงกับช่วงระยะเวลาตรุษจีน มีการหยุดงานกินเลี้ยง เต้นรำ รื่นเริงสนุกสนานที่เรียกว่า “เดินจะคึก” รวมทั้งพิธีกรรมที่ปฏิบัติกันเป็นประจำทุกเดือนในรอบปี อันเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ตลอดจนการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อต่างๆ อาทิ

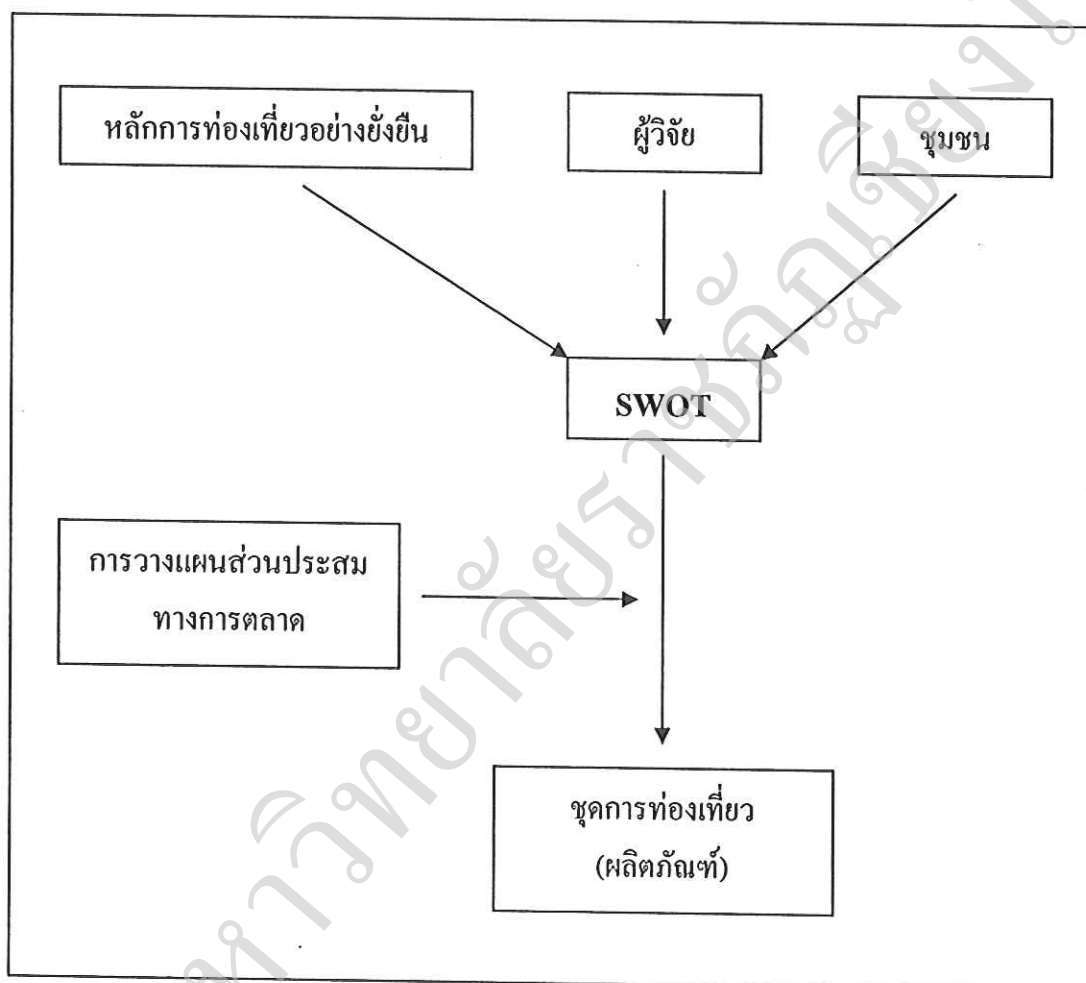
เช่น ทำพิธีบูชาเทพเจ้า “ก้อซา” ซึ่งเป็นเทพเจ้าผู้ให้ความคุ้มครองปกป้องรักษาดูแลความทุกข์สุข พิธีไหว้ผีประจำทิศ เพื่อบอกกล่าวผิวย่าให้มีความเสียหายแก่พืชผลและพิธีกินข้าวใหม่ “การกินวอ” เป็นพิธีที่จัดขึ้นก่อนที่จะมีการเก็บเกี่ยวข้าวนำมาเก็บไว้ในยุ้งฉาง ชาวมูเซอคำมีความเชื่อและขนบธรรมเนียมประเพณีที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตและการทำมาหากิน สิ่งเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดบอกกล่าวกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ทุกคนจะต้องจำใส่ใจว่าสิ่งใดที่ควรปฏิบัติและสิ่งใดไม่ควรปฏิบัติ ครอบครัวยุคที่ยังทำมาหากิน ประพฤติปฏิบัติตามจารีตประเพณีอย่างเคร่งครัด จะได้รับความเชื่อดี และยกย่องให้เป็นแบบอย่างที่ดีของเพื่อนบ้านดังคำสอนของผู้เฒ่าผู้แก่ชาวมูเซอที่ว่า “อย่าดูที่เขากิน อย่าดูที่เขามี และอย่าดูที่เขาสวมใส่ แต่งดูที่เขาทำ” นอกเหนือจากนี้ยังพบว่า บ้านห้วยโป่งผาลาดมีศักยภาพในด้านคุณค่าทางการศึกษา ความปลอดภัย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และมีศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับการพัฒนาทางการท่องเที่ยว แต่ศักยภาพในด้านความพร้อมของบุคลากรควรมีการปรับปรุง นอกจากนี้ต้องมีการเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านสาธารณูปโภคขั้นสูงในสิ่งต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ห้องสุขา สำหรับนักท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว

คารุณี บุญธรรม (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพของชุมชนม้งในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาน้ำเค ต่าบลผาช้างน้อย อำเภอปาง จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า ชาวไทยภูเขาชาวม้งมีวิถีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ทั้งในด้านการดำรงชีพ ความเชื่อ และการประกอบอาชีพ คนม้งเชื่อว่ามีภูตผีคอยปกป้องธรรมชาติบริเวณที่ตั้งถิ่นฐานอยู่และผีเหล่านี้จะคอยให้ความช่วยเหลือ และคุ้มครองให้พ้นจากภัยอันตรายต่างๆ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าภูตผีและธรรมชาติกับคนม้งมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ลักษณะการตั้งถิ่นฐานในป่าเขา ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมที่ดี มีภูมิประเทศที่สวยงาม ตลอดจนมีจุดเด่นในวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างจากสังคมอื่นๆ นับว่าเป็นศักยภาพของคนม้งที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ในการที่จะจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ภูมิปัญญาองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ อันเป็นหนทางที่จะช่วยแก้ไขปัญหเกี่ยวกับสถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากร และวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าในกระบวนการทำงานของชุมชนจะมีข้อจำกัดในเรื่องของการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันกับบุคคลภายนอกก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากการติดต่อสื่อสารและการคมนาคมที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในระยะเวลาที่ผ่านมาจะช่วยให้อาสาที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้สามารถลดข้อจำกัดเหล่านี้ลงได้

จากรายงานวิจัยทั้งหมดที่เกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธุ์ แสดงให้เห็นว่า ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี พิธีกรรม ฯลฯ ซึ่งแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์จัดกิจกรรม สอดคล้องกับธรรมชาติอันประกอบด้วย ดิน น้ำ ป่า และอากาศ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นผลิตภัณฑ์สำคัญทางด้านการท่องเที่ยว

งานวิจัยเรื่องนี้ได้เน้นเฉพาะการสร้างผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาเดิม ตามแนวการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว งานวิจัยยังนำเอาระบบการตลาดการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแนวคิดในการจัดสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวมีรากฐานจากชุมชนมีส่วนร่วมและหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย