

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดกรอบของการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกียดโง้ง เมืองปะทุมพอน แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์
4. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว สปป.ลาว
5. บริบททั่วไปของบ้านเกียดโง้ง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจดีระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประการ พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือ สถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง การท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคมวัฒนธรรม ดังกล่าวนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวจะเป็น

อุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง

2.1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ การท่องเที่ยวยังรวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา ศึกษาความรู้ การกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ มีผู้กล่าวว่าธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว ในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้ ในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้าง จึงกำหนดคำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) ให้เป็นคำที่มีความหมายกว้างขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourists) ซึ่งคำว่า ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำที่มีใช้ไปประกอบอาชีพหารายได้

สำหรับความหมายการท่องเที่ยวผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมิได้ให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพิจารณาว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจหรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวสามารถแยกแยะได้ดังนี้

McIntosh and Goeldner (1986, อ้างถึงใน บุชบา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร, 2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชน ผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, น. 29-30) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง จุดมุ่งหมายของการเดินทางเที่ยวเป็นการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ และการไปอยู่ประจำ แต่มีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ชูลิทธิ์ ชุชาติ (2542, น. 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว ระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านท่องเที่ยว

นิคม จารุณี (2535, น. 1) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ (2533, น. 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งอาจเป็นที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2530, น. 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเอง ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่จะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ประเทืองปัญญา พักผ่อน สนุกสนานความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่น เพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner (1984, pp. 132-135) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

Gee and Choy (1989, pp. 98-101) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นคือนักท่องเที่ยวนั่นเอง

กฎหมายการท่องเที่ยวของ สปป. ลาว (2014, น. 2) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปท้องถิ่นอื่นหรือประเทศอื่นเพื่อการเยี่ยมเยียน การท่องเที่ยวชม การพักผ่อน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การกีฬา การส่งเสริมสุขภาพ การศึกษาค้นคว้า การประชุม และอื่น ๆ โดยไม่มีจุดประสงค์หางานทำหรือประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ในรูปแบบต่าง ๆ

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ (สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) ดังนี้

2.1.3.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำแหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนองคลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็น สวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ เป็นต้น

2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource) เป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถานแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพง เมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน 2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Cultural And

Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเกี่ยวกับ ศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีวันลอยกระทง ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือ ประเพณีถือศีลอด งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธี แต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น 3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัย ใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า เป็นต้น

2.1.3.2 การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในพื้นที่ หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ บริการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2.1.3.3 การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่ง การ ตลาด การท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

เฉลิมชัย ปัญญาดีและคณะ (2547, น. 65) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวชุมชนไว้ว่า ชุมชนเป็นหัวใจหรือเป็นฐานสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่สมาชิกในชุมชนใน ขณะเดียวกันจะส่งผลให้สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนเกิดความตระหนัก และ ร่วมกันดูแลรักษาให้ทรัพยากรท่องเที่ยว เหล่านั้นเกิดความยั่งยืนแก้ไขปัญหาลผลกระทบด้านการเสื่อมโทรมของสภาพ แวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ (2545, อ้างถึงใน พจนานารถ กริ่งไกร, 2549, น. 15) กล่าวว่า รูปแบบของการจัดการด้านการท่องเที่ยว

1. Strategy หมายถึง วัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆของการท่องเที่ยวที่จะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม
2. Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กรที่จะต้องมีการจัดลำดับชั้นและแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม
3. System หมายถึง ระบบในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการข้อมูล การดำเนินงาน การปฏิบัติงาน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และอื่นๆโดยทุกระบบจะต้องมีการประสานความร่วมมือ และมีความสัมพันธ์กันทุกขั้นตอน
4. Staff หมายถึง บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ที่มีส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
5. Skill หมายถึง ทักษะในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ
6. Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินงาน ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน
7. Share หมายถึง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ซึ่งกันและกันเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

มานิตย์ มณีธรรม และคณะ (2545, น. 12) ได้ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวก็คือ การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง ประสบความสำเร็จ

สุจิตราภา พันธวีโร และคณะ (2550, น. 21-22) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการจัดการท่องเที่ยวชุมชนต้องเกิดจากจิตสำนึกร่วมของชุมชน ที่ความคิดริเริ่มที่ตรงกัน ร่วมกันทำงานอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม ร่วมกันวางแผนและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ คำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เข้ากับคุณภาพของการบริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและชุมชน การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมีการจัดตั้งองค์การทางการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นแกนหลักขึ้นและเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างภาครัฐและภาค เอกชนร่วมกันทำงานอย่างมุ่งมั่น ตั้งใจในระยะยาว โดยต้องสร้างจริยธรรม ควบคู่ไปกับการเป็นนักธุรกิจที่ดีย่อมจะนำชุมชนสู่ผลสำเร็จที่ดีที่สุด สร้างความภูมิใจในตนเองและสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

สุภาวดี มีสิทธิ์ และคณะ (2545, น. 12-13) ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่าการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว สามารถดำเนิน การบริหารจัดการได้ทั้งนี้ ในรูปแบบราชการหรือรูปแบบราชการกึ่งเอกชน ทั้งนี้เพื่อให้มีความสอดคล้องกับแนวทางในการ ดำเนินการบริหารจัดการในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ในรูปแบบของการจัดการทางบริหารในแต่ละรูปแบบของ ทางราชการจะเสนอให้มีรูปแบบองค์กรรับผิดชอบที่ชัดเจน ส่วนในรูปแบบของราชการกึ่งเอกชนจะ เสนอให้มีรูปแบบการพัฒนารูปแบบที่มีทิศทางรวมทั้งมีบทบาทในการบริหารการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง”

สรุป การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปท้องถิ่นอื่นหรือประเทศอื่นเป็น การชั่วคราว โดยไม่มีจุดประสงค์ทางงานทำ หรือประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ในรูปแบบต่างๆ และ การจัดการการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีระเบียบแบบแผน โดย การร่วมมือจากทุกภาคส่วน ซึ่งจะมีการวางแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผลการ จัดการออกมาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สามารถ ตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เป็นกระบวนการ จัดการ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการวางแผน และกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความ ต้องการของชุมชน โดยมุ่งเน้นสิ่งสำคัญไปที่ความยั่งยืนทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี บนพื้นฐานแนวคิดที่ว่าทุกคนในชุมชนคือเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดย ชุมชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และถูกคาดหวังว่า จะเป็นวิธีการจัดการการท่องเที่ยวอีกรูปแบบ หนึ่งที่เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยเน้น กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ชุมชน ในการจัดการและสนับสนุนหรือ อำนวยความสะดวกต่อการดำเนินการทุกขั้นตอน ใน ขณะเดียวกันก็จะต้องก่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจชุมชน

พจนานุกรม (2546, น. 178-179) ได้ระบุว่าแนวคิดและต้นกำเนิดของคำว่า “Ecotourism” มาจากประเทศตะวันตก มีการให้คำนิยามคำนี้หลากหลาย ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องการ พัฒนาที่คู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สินธุ์ สโรบล และคณะ (2546, น. 11) ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งโดยรวมแล้วการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นคำที่ใช้เรียกการท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก และบางครั้งเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาระบบนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อมนิเวศวิทยาอื่น ๆ

2.2.2 กระบวนการเรียนรู้ของ CBT

2.2.2.1 ศักยภาพของคน หมายถึง คนในชุมชนที่ต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสีย ก่อนเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูล และคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้มีความสามัคคีทำงานร่วมกันได้

2.2.2.2 ศักยภาพของพื้นที่ หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมาคนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตนสามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

2.2.2.3 การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเกิดความยั่งยืนสมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน : “Community-based Tourism : CBT” ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่พื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไรควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไรทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วมอันหมายถึงร่วมในทุก ๆ สิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

2.2.2.4 มีส่วนร่วม มีได้อย่างไรการสื่อสารพูดคุยเป็นการสื่อความคิดเห็น การอภิปราย รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาคือต่าง ๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่นพบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุยร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่

เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆเพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

2.2.3 ผลกระทบจากการทำกรรท่งเทียวโดยชุมชน

วีระพล ทองมา (2547, น. 17-22) ทุกอย่างทีดำเนินการย้อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสี่ด้านซึ่งมีผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ได้แก่

1. ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาดตนเองพึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็นมีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็ง ในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวังและความพยายามทีจะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) สิ่งแวดล้อมและสิ่งสำคัญประการหนึ่งทีจะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาสืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรักความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของมีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชนและเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

2. ผลกระทบด้านลบ เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวนขยะทีเพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติการรับวัฒนธรรมทีเข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการทีจะต้องรองรับนักท่องเที่ยวและทีสำคัญคืออาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไปในส่วนการตลาดนั้นแต่ละชุมชนจะต้องให้ข้อมูลแนะนำชุมชนตนเอง และชุมชนอื่นทีถูกต้องและน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวและทีน่าภูมิใจสำหรับชุมชนคือ การรักษัและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญาบรรพบุรุษทีสืบทอดกันมาแต่ชุมชนไม่ได้ ละทิ้งพื้นฐานเดิมหรือปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปตามกระแสวัฒนธรรม และ ไม่ได้มุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวทีจะได้ให้เป็นรายได้หลักของชุมชนโดยละทิ้งอาชีพดั้งเดิมทีจะเป็นการทีจะปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวทีเข้าไปในชุมชน

2.2.4 หลักการกรรท่งเทียวโดยชุมชน

จากแนวคิดกรรท่งเทียวโดยชุมชน ทีมองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงานแผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมกรรท่งเทียวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนา

แบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่าง ๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

2.2.4.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพินิจพิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

2.2.4.2 สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

2.2.4.3 ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

2.2.4.4 รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

2.2.4.5 มีกฎกติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

2.2.4.6 ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยวควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

2.2.4.7 การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

2.2.4.8 รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

2.2.4.9 การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยวจะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

2.2.4.10 องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของ ชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การ ตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.5 การประเมินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้น ทักษะ ความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ชุมชนเองยังมีความกังวลอยู่พอสมควร แม้ว่าจะ มีปัจจัยที่เอื้อ และการสนับสนุนจากภายนอกพอสมควร แต่ชุมชนเองต้องสามารถคาดการณ์ และ ประเมินว่า วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น มีความเป็นไปได้มากน้อย เพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็น จากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุปด้วยมติ ของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบการประเมินอยู่ 7 ประการด้วยกัน คือ

2.2.5.1 ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และ สภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อทิศทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึง ได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2.5.2 การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิ ของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ ชุมชนต้องมีการคิดไตร่ตรองวินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับอย่างไร ควรเป็นรูปแบบ ใด ใครบ้างที่เกี่ยวข้อง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังนักท่องเที่ยวกลับแล้วมีการลด ผลกระทบอย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

2.2.5.3 ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบ กิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็น หน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะ มีผลประโยชน์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

2.2.5.4 การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้

2.2.5.5 ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว จะมีบทบาทหลากหลายมากขึ้น คือจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต้องไม่ใช่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำภายในชุมชนเท่านั้น ควรมีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

2.2.5.6 การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่รองรับนักท่องเที่ยวสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวข้อง ตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

2.2.5.7 ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

2.2.6 กระบวนการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยากที่ว่ายากนั้นก็เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตรสู่ธุรกิจด้านบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคม และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยวเป็นตาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงานตามที่ พงนา สนวนศรี (2546, น.189-190) กล่าวไว้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการ และผู้นำทางธรรมชาติมาพูดคุยเรื่องผลดี-ผลเสีย อีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจเรื่องนี้ร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อ ดังนี้

1. การสำรวจทางกายภาพ
 - 1.1 ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)
 - 1.2 แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้างและทรัพยากรธรรมชาติ)
2. ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน
3. ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว
4. ศึกษากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพ-ข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ-ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็ได้

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน อาทิ

1. รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกันก่อนนำเสนอสู่การเผยแพร่ออกไป
2. ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย ไม่ทำลายระบบนิเวศเดิมมากนัก เช่น การปรับทางเดินในป่าเขา เป็นต้น
3. ปรับปรุงบ้านพักและความสะอาดภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชนแต่ละแห่ง ที่ตกลงร่วมกัน โดยมีคณะกรรมการของชุมชน ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

4. ฝึกรวมบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้างเวทีเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชน ในการรองรับการท่องเที่ยวทั้งความพร้อมจำนวนบุคลากร และขีดความสามารถในการรองรับทั้งพื้นที่ทางธรรมชาติ และรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์กรที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวโปรแกรมและราคาการจัดสรรผลประโยชน์สู่ชาวบ้าน และชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจ

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขั้นตอนนี้จะมีการจัดท่องเที่ยวนำร่อง เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับกิจการท่องเที่ยว โดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ 9 ประเมินผลในขั้นตอนประเมินผลอาจแยกออกมาเป็น 2 ส่วน คือการประเมินผล และสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ 3-6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

1. การฝึกรวม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย
2. การศึกษาดูงานสำหรับแกนนำองค์กรชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยวเพื่อเสริมโลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหารจัดการในชุมชนอื่นๆที่มีลักษณะคล้ายๆกันเพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

2.2.7 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้าน

2.2.7.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1) ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิธีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2) ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2.2.7.2 ด้านองค์กรชุมชน

1) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

2) มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย

3) ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

2.2.7.3 ด้านการจัดการ

1) มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

2) มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

3) มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

4) มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

ด้านการเรียนรู้

2.2.7.4 ด้านการเรียนรู้

1) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

2) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

3) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

2.2.8 หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนมีหลักการดังนี้

2.2.8.1 ชุมชนเป็นเจ้าของ

2.2.8.2 ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ

2.2.8.3 ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง

2.2.8.4 ยกระดับคุณภาพชีวิต

2.2.8.5 มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม

- 2.2.8.6 คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 2.2.8.7 ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 2.2.8.8 เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 2.2.8.9 เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 2.2.8.10 มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

สรุป การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่น และ ผู้มาเยือนในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆของชุมชนที่มีอยู่แล้วตลอด จนเป็นเครื่อง มือในการพัฒนาชุมชน ให้เกิดความยั่งยืนอันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ การกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์จะมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว ดังนั้นองค์การจึงต้องมีการวางแผนการทำการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจ บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรค และปิดบังโอกาสการก้าวหน้าขององค์การได้ ฉะนั้นองค์การจึงต้องพิจารณาถึงจุดแข็งที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ และพิจารณาถึงจุดอ่อนขององค์การ เพื่อหาแนวทางขจัดจุดอ่อนเหล่านั้น

ในแนวคิดด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นจะมีความแตกต่างไปจากการจัดการโดยทั่วไปซึ่งมักจะศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารตามกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆและเน้นหนักไปที่การจัดการและการบริหารภายในองค์การแต่การจัดการเชิงกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพา ปัจจัยภายนอกองค์การหรือสภาวะแวดล้อมภายนอกด้านต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการแข่งขันคำนึงถึงการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และสภาวะการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมจัดการกลยุทธ์ยังคำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์การ (Stakeholders) และการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานหน่วยต่าง ๆ ในองค์การให้สามารถบริหารจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การร่วมกัน

2.3.1 หลักการสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์จะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสของความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรได้อย่างไรนั้นมีหลักสำคัญดังนี้

2.3.1.1 การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ทิศทางภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางขององค์กรและช่วยให้นักบริหารปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้นักบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงได้

2.3.1.2 การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังนำไปสู่การจัดการความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เนื่องจากการเตรียมรับกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงไว้แล้ว ทำให้องค์กรค้นหาแนวทางที่เหมาะสมที่สุดต่อองค์กร ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการกำหนดวิธีการหรือแนวทางในการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

2.3.1.3 การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการนำแนวทางในการดำเนินองค์กรที่คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้น และนำและนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักบริหาร

2.3.1.4 การวางแผนกลยุทธ์เป็นหน้าที่หลักของนักบริหาร เนื่องจากต้องวางแผนประยุกต์ใช้ และ กำหนดทิศทางในการดำเนินงานขององค์กรการจัดทำ และปฏิบัติให้สอดคล้องตามแผนกลยุทธ์จึงมีความสำคัญโดยเฉพาะในระยะยาว ดังนั้นความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ของนักบริหาร และความสามารถในการควบคุมให้ปฏิบัติเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ได้ จะเป็นสิ่งสะท้อนศักยภาพและสะท้อนของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี

2.3.1.5 การจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จะช่วยสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ และเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร รวมทั้งช่วยเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรที่อยู่ภายในองค์กร เนื่องจากการพัฒนาเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจและแนวทางในกาเตรียมพร้อม เพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นของสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง นอกจากนี้แล้ว การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องของในองค์กรเข้าใจในภาพรวม โดยเฉพาะเป้าหมายใน การดำเนินงานทำให้

สามารถจัดลำดับการดำเนินงานตามลำดับความสำคัญเร่งด่วนได้

2.3.1.6 การจัดการเชิงกลยุทธ์ช่วยให้การทำงานเกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติหน้าที่เนื่องจากมีการกำหนดกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้และการตรวจสอบควบคุมไว้อย่างชัดเจนทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเกิดความร่วมมือ โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กร อีกทั้งจะช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการบริหารองค์การส่วนต่าง ๆ

2.3.2 องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยพื้นฐาน 5 ประการ คือ 1) กำหนดทิศทาง (Direction Setting) 2) การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม (Environment Scanning) 3) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) 4) การดำเนินกลยุทธ์ (Strategy Implementation) 5) การประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control)

2.3.2.1 กำหนดทิศทาง ในการกำหนดทิศทางขององค์การจะประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และการกำหนดภารกิจ (Mission) หรือกรอบในการดำเนินงานที่ชัดเจนจะช่วยให้้องค์การสามารถกำหนดทิศทางในระยะยาว อีกทั้งยังแสดงถึงความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ภารกิจ (Mission) ในกระบวนการบริการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้น ชั้นแรกของจะต้องระบุภารกิจและเป้าหมายหลักที่สำคัญของบริษัท ซึ่งภารกิจ หมายถึง ประกาศหรือข้อความของบริษัทที่พยายามกำหนดว่าจะทำอะไรในปัจจุบัน และกำลังจะทำอะไรในอนาคตและองค์การเป็นองค์การแบบใด และจะก้าวไปสู่การเป็นองค์การแบบใดทั้งนี้เพื่อบรรลุสู่ความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วข้อความเรื่องภารกิจขององค์การจะประกอบไปด้วย ข้อความที่บ่งบอกถึงคุณค่าทางปรัชญาสำคัญที่ผู้บริหารตัดสินใจกระทำซึ่งแสดงถึงพันธะของบริษัทที่มีต่อเป้าหมายและสอดคล้องกับคุณค่าของผู้บริหารนอกจากนี้แล้วภารกิจยังจะสร้างสภาพแวดล้อมในการกำหนดกลยุทธ์อีกด้วย เป้าหมาย (Goal) คือการบอกถึงสิ่งที่้องค์การปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต และพยายามบรรลุโดยมีการกำหนดให้ชัดเจน กระชับตรงจุด และสามารถวัดได้ ทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายจะมีการกำหนดให้ชัดเจนขึ้นกว่าการกำหนดภารกิจว่าจะต้องทำอะไร

2.3.2.2 การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม ในการประเมินสภาพแวดล้อมขององค์การนั้นจะประกอบไปด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนโอกาส และอุปสรรค หรือโดยทั่วไปจะ

เรียกว่าการวิเคราะห์ตามตัวแบบ (SWOT Analysis) ได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength - S) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness -W) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity -O) การวิเคราะห์ภาวะคุกคาม (Threat- T)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Analysis)

การวิเคราะห์ภายในขององค์กรนั้น จะทำให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กร ช่วยให้ประเมินอดีตและแนวโน้มในปัจจุบัน การวิเคราะห์ภายในสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) การวิเคราะห์ (Value Chain) และวิเคราะห์กระบวนการหลัก (Core Business Process) ซึ่งจะทำให้องค์กรมีความสามารถหลักที่โดดเด่น(Core Competency) การวิเคราะห์ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ลักษณะของกิจการ ตำแหน่งทางการแข่งขัน สภาพแวดล้อมทั่วไป และการพัฒนาองค์กร การวิเคราะห์ห่วงโซ่ค่านิยม (Value Chain) เป็นการพยายามเชื่อมโยงกิจกรรมหลัก และกิจกรรมย่อยขององค์กร โดยการพยายามจัดกิจกรรมย่อยให้สนับสนุนกิจกรรม หลัก เพื่อจะสร้างคุณค่าที่สนองตอบกับค่านิยมของลูกค้า โดยสายงานหลักจะทำหน้าที่ในการผลิต กิจกรรมพื้นฐานประกอบไปด้วยการนำเข้าวัตถุดิบ การผลิตสินค้าและบริการ การตลาด และการให้บริการลูกค้า ส่วนสายงานสนับสนุนจะทำหน้าที่ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การการจัดซื้อวัตถุดิบ เนื่องจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่ค่านิยมจะทำให้องค์กรได้รับรู้ถึงค่านิยมของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถวิเคราะห์และเชื่อมโยงค่านิยมของลูกค้าเข้าสู่กิจกรรมทุกกิจกรรมขององค์กรการวิเคราะห์กระบวนการหลัก (Core Business Process) และระบบการดำเนินงานเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบ องค์กร และลูกค้าเข้าด้วยกัน โดยมีกระบวนการหลักขององค์กร เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

โดยสรุปแล้วการวิเคราะห์ปัจจัยภายในหรือสภาพแวดล้อมภายในนี้จะทำให้ทราบถึงจุดแข็งหรือจุดอ่อนทางธุรกิจขององค์กร

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Analysis)

สภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีความสำคัญ แต่อาจจะไม่ใช่สิ่งแวดล้อมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงแต่เป็นสภาพแวดล้อม โดยทั่วไป มีตัวแบบในการ

พิจารณา คือ PEST Environment ได้แก่ สภาพแวดล้อมด้านการเมือง (Political Environment - P) สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment - E) สภาพแวดล้อมด้านสังคม (Sociological Environment - S) สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Environment -T)

สภาพแวดล้อมทั่วไปสามารถส่งผลกระทบต่อองค์การได้ ยกตัวอย่าง เช่น หากรัฐออกกฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจก็จะส่งผลดีต่อโอกาสในการดำเนินงานขององค์การหรือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วอาจส่งผลให้สินค้ามีความล้าสมัยอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Task Environment) Michael E.Poter ได้เสนอตัวแบบการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้ตัวแบบ The Five Competitive Force ซึ่งจะทำให้เราทราบถึงสมรรถภาพคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ ทราบความต้องการของลูกค้าสามารถ สร้างความร่วมมือกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ การระมัดระวังไม่ให้นักค้าหันไปให้ความสนใจสินค้าทดแทน และ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นตัวอย่างที่ช่วยในการวิเคราะห์คู่แข่งได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์คู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (New Entrance) ผู้ที่เข้ามาใหม่มีความ มุ่งหวังที่จะเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้นจึงเป็นภาวะที่คุกคาม ซึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอุปสรรคที่เข้ามาและภาวะการตอบโต้ขององค์การโดยสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ที่เข้ามา ใหม่ ได้แก่ ความประหยัดที่เกิดจากการผลิตจำนวนมาก (Economies of Scale) ทำให้คู่แข่งต้องมีการผลิตที่มีขนาดใหญ่พอ จึงจะสามารถต่อสู้กับกิจการเดิมได้ ความแตกต่างของสินค้า Differentiation หรือขนาดของทุน Capital Requirement เนื่องจากผู้ที่เข้ามาใหม่จะต้องแบก ภาระต้นทุนที่สูงมากในด้านต่าง ๆ เป็นต้น เหล่านี้เป็นตัวอย่างของอุปสรรค สำหรับผู้ที่เข้ามาใหม่ ซึ่ง นักบริหารจะต้องสร้างภาวะการตอบโต้ โดยอาศัยความได้เปรียบด้าน อุปสรรคของผู้เข้ามาใหม่ใน ด้านต่าง ๆ การวิเคราะห์ผู้ซื้อ (Buyer) ผู้บริหารในองค์การภาครัฐ และ ภาคเอกชนจะต้องให้ ความสำคัญกับลูกค้า เนื่องจากองค์การจะต้องเผชิญกับอำนาจการต่อรองของลูกค้า ในเรื่องของ ปริมาณคุณภาพ และราคาการวิเคราะห์ผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) ผู้จัดส่งวัตถุดิบจะมีความสำคัญ เนื่องจากองค์การจะต้องเผชิญกับพลังการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ เช่นเดียวกับลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารทั้งองค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน จะต้องปรับกลยุทธ์ เพื่อรับกับพลังการต่อรองนั้น การวิเคราะห์สินค้าทดแทน (Substitute) การมีสินค้าหรือบริการทดแทนทำให้องค์การต่าง ๆ จะต้อง ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ราคา และบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้า เนื่องจากการละเลย ให้ความสำคัญดังกล่าวจะทำให้้องค์การเสียเปรียบต่อคู่แข่งได้ การวิเคราะห์คู่แข่ง (Rival) คู่แข่งมี

ความสำคัญอย่างยิ่งที่นักบริหารจะต้องคำนึงถึง เนื่องจากนักบริหารจะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบเหนือคู่แข่ง การละเอียดหรือไม่ให้ความสำคัญกับ คู่แข่งจะหมายถึงความพ่ายแพ้

โดยสรุปแล้วการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมภายนอกนี้ จะทำให้ทราบถึงโอกาสหรืออุปสรรคทางธุรกิจขององค์การ

3) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation)

การกำหนดกลยุทธ์เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยองค์การจะต้องกำหนดและเลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่เหมาะสมกับองค์การที่สุด ผู้บริหารต้องพยายามตอบคำถามว่าทำอะไรองค์การจึงจะไปถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ได้ โดยใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การกำหนดเป็นกลยุทธ์ ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงระดับที่แตกต่างกันของกลยุทธ์ด้วย ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 ระดับ คือ

3.1) กลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและบ่งบอก ถึงกลยุทธ์โดยรวม และทิศทางในการแข่งขันขององค์การว่า องค์การจะมีการพัฒนาไปสู่ทิศทางใดจะดำเนินงานอย่างไร และจะจัดสรรทรัพยากรไปยังแต่ละหน่วยขององค์การอย่างไร เช่น การดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร การขยายตัวไปในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย เป็นต้น ตัวอย่างเครื่องมือ (Tools) ที่ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์การ เช่น Boston Consulting Group Matrix, McKinsey 7 - S Framework เป็นต้น

3.2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ในระดับที่ย่อยลงไป จะมุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันขององค์การกับคู่แข่ง และระบุถึงวิธีการที่องค์การจะใช้ในการ แข่งขัน มุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยอาจรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ คล้ายกันไว้ด้วยกัน ภายในหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Business Unit - SBU) เดียวกัน กลยุทธ์ระดับธุรกิจของ SBU นี้จะมุ่งการเพิ่มกำไร (Improving Profitability) และขยายการเติบโต (Growth) ให้มากขึ้น บางครั้งจึงเรียกกลยุทธ์ในระดับนี้ว่ากลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) ซึ่งโดยทั่วไปจะมีอยู่ 3 กลยุทธ์ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) การสร้างความ แตกต่าง (Differentiation) และการจำกัดขอบเขตหรือการมุ่งเน้นหรือการรวมศูนย์ (Focus Strategy)

3.3) กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Operational Strategy) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ที่ครอบคลุมวิธีการในการแข่งขันแก่ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงาน (Function) ต่าง ๆ มุ่งเน้นให้แผนงาน ตามหน้าที่พัฒนากลยุทธ์ขึ้นมา โดยอยู่ภายใต้กรอบของกลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์ระดับ ธุรกิจ เช่น แผนการผลิต แผนการตลาด แผนการดำเนินงานทั่วไป แผนการด้านทรัพยากรบุคคล แผนการเงิน เป็นต้น

Michel Robert ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการสร้างกลยุทธ์ไว้ในหนังสือ e-Strategy ที่อาจแตกต่างไปจากทั่ว ๆ ไปว่า ขั้นตอนในการสร้างกลยุทธ์จะอยู่บนพื้นฐานของสิ่งที่เราทำได้ดี ที่สุด What you do best แต่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของสิ่งที่คู่แข่งของเราทำอยู่ (Not what the others do) ซึ่งแนวคิดนี้ใช้ได้ทั้งธุรกิจการผลิตและธุรกิจบริการ โดยมีขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ

1. ระบุแรงขับเคลื่อน (Driving Force) ขององค์กรที่สามารถช่วยให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับจุดแข็งที่องค์กรมีอยู่ เช่น การที่องค์กรมีเทคโนโลยีที่แตกต่าง องค์กรสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นตัวนำสำคัญในการดำเนินงานได้ เป็นต้น

2. สร้างกรอบแนวคิดทางธุรกิจ (Business Concept) อย่างสั้นๆ เพื่อแสดงว่าจะใช้แรงขับเคลื่อนนั้นอย่างไร เช่น จะใช้เทคโนโลยีนั้นผลิตสินค้าอะไร จะเจาะจงขายยังภูมิภาคใด

3. ระบุความเชี่ยวชาญขององค์กร (Area of Excellence) ที่เราต้องการเพื่อนำมาใช้สนับสนุนกลยุทธ์ เช่น อาจจำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น หรือการสร้างความชำนาญในการขายและบริการแก่พนักงานขาย เป็นต้น

4. ระบุประเด็นสำคัญ (Critical Issues) หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องและมี ความสำคัญ ที่อาจจะต้องถูกปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เอื้อต่อการนำกลยุทธ์ไปดำเนินการ เช่น โครงสร้าง (Structure) กระบวนการหรือระบบ (Process/System) ทักษะและความสามารถ (Skills/Competencies) ระบบการให้ผลตอบแทน (Compensation) เป็นต้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีทฤษฎีที่ว่าด้วยกลยุทธ์ที่สามารถนำมาพิจารณาใช้ได้มากมาย ย่อมไม่มีทฤษฎีหรือแนวทางจัดการใดใช้ได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้นจึงไม่มีสูตรสำเร็จในการกำหนดกลยุทธ์และสร้างกลยุทธ์ที่สามารถใช้ได้กับทุกสถานการณ์ แต่อย่างน้อยใน การกำหนดกลยุทธ์นั้นควรจะได้พิจารณาเกณฑ์ต่อไปนี้ประกอบด้วย เช่น 1) เป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอก 2) เป็นกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) เป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ระยะยาว 4) เป็นกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่น เหมาะสม 5) เป็นกลยุทธ์ที่เป็นไปได้

3.4) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ คือ กระบวนการที่ผู้บริหารแปลงกลยุทธ์และนโยบายไปสู่แผนการดำเนินงาน กำหนดรายละเอียดด้านต่าง ๆ เช่น ด้านงบประมาณ หรือวิธีการดำเนินงาน ซึ่งกระบวนการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงภายในด้านวัฒนธรรม โครงสร้างหรือระบบการบริหาร เพื่อให้สามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

3.4.1) ขั้นตอนของการกำหนดแผนและการจัดสรรทรัพยากร (Resources Allocation) ของการใช้กลยุทธ์และการใช้ทรัพยากร เป็นต้น

3.4.2) ขั้นตอนของการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนของ ระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เรื่องระบบข้อมูลข่าวสาร ระบบบริหารบุคคล (การให้การศึกษา การให้การอบรม การกระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรในองค์การทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ) เป็นต้น

3.4.3) การกระจายกลยุทธ์ (Strategic Deployment) หากองค์การมีการสร้าง วิสัยทัศน์ สร้างพันธกิจ ขึ้นมาแล้ว แต่ไม่ได้มีการดำเนินการก็จะทำให้เกิดการสูญเปล่า (Waste) ได้ เพราะแม้ว่าแผนเหล่านั้นจะเป็นแผนงานที่ถูกจัดทำมาอย่างดี ผ่านการระดมความคิดมาอย่างเข้มข้นเพียงใดก็ตาม หากไม่ลงมือปฏิบัติก็ย่อมไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมขึ้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลจึงจำเป็นต้องมีการกระจายแผนไปยังทุก ๆ ส่วนทั่วทั้ง องค์การ โดยต้องสอดคล้องประสานกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน และเข้าใจได้ ซึ่งจากเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goals) อาจถูกแปลงเป็นเป้าหมายย่อย (Sub-Goals) กำหนดเป็นเป้าหมายประจำปี (Annual goals) จากนั้นจะแตกไปเป็นเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม แต่ละโครงการเพื่อให้ทราบว่า เป้าหมายของตนเองที่ชัดเจนนั้นคืออะไร และควรจะดำเนินการที่ เรื่องใดก่อน ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่างสุดเข้าใจเป้าหมายที่ไม่คลาดเคลื่อนแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อกระบวนการในการวัดผลที่เหมาะสมด้วย ทั้งยังช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมพอดี เพียงเพื่อให้บรรลุผลในแต่ละกลุ่มหรือแต่ละโครงการ นั้นเอง

3.4.4) ความสำเร็จขององค์การนั้นเกี่ยว ข้องกับประสิทธิภาพในการนำกลยุทธ์ ไปประยุกต์ปฏิบัติ ทั้งนี้ผู้บริหารควรมีการมอบหมายและกำหนดแนวทางหรือวิธีการในการปฏิบัติงานสิ่งสำคัญในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้ปฏิบัติจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการปฏิบัติงานอย่างถ่องแท้

3.5) การประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control)

การควบคุมเป็นหน้าที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลกลยุทธ์ที่นำไปปฏิบัติ ทั้งนี้ในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัตินั้นมักจะเกิดข้อผิดพลาดที่ต้องการการปรับปรุง เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์นั้นจะก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ตรงตามแผนที่ได้ตั้งไว้

การตรวจสอบกลยุทธ์ (Strategic Control) จะมีการวัดผลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีการกำหนดเกณฑ์และมาตรฐาน โดยมาตรวัดการดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละองค์การ ซึ่งในแต่ละองค์การจะมาตรฐานและเกณฑ์การดำเนินงานของตนเอง ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐาน ควรมีความระมัดระวังเพื่อให้สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมในการติดตาม ควบคุม และประเมินผลนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลแผนกลยุทธ์โดยเฉพาะ ซึ่งจะต้องมีบุคลากรที่มีความรับผิดชอบเต็มเวลาที่สามารถทุ่มเทให้การติดตามและประเมินผลได้อย่างเต็มที่ หน่วยงานนี้ควรอยู่กับฝ่ายวางแผนที่มีผู้บริหารใน ฝ่ายอยู่ในระดับผู้บริหารชั้นสูง อย่างไรก็ตามในการดำเนินกลยุทธ์นั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่ายตลอดเวลา จึงอาจมีความจำเป็นในการตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินผลแผนกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยผู้แทนระดับบริหารจากฝ่ายต่าง ๆ ขึ้นร่วมด้วย

2.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการจัดการเชิงกลยุทธ์

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกทาง การตลาด ระดับมหภาค (Macro Environment) โดยเฉพาะ ประกอบไปด้วย

P - Political เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจากการเมือง การปกครองรวมถึงกฎหมายต่าง ๆ ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ เป็นอยู่ Innovation อื่น ๆ

E - Economics เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ และ

S - Social เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจากสังคมวัฒนธรรม สภาพความ

T -Technology เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจาก Technology หรือ

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์การ หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการ ในอนาคต ประกอบด้วย

S - Strengths เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

W - Weaknesses เป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

O - Opportunities เป็นการวิเคราะห์โอกาสที่จะดำเนินการได้

T - Threats เป็นการวิเคราะห์อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

2.4 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว สปป.ลาว

2.4.1 นโยบายการท่องเที่ยว สปป.ลาว

2.4.1.1 ส่งเสริมการลงทุนทั้งภาครัฐ และเอกชน ทั้งภายใน และต่างประเทศเข้าในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างมีจุด สุ่ม ครบวงจรและให้ได้มาตรฐานสากล

2.4.1.2 ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เปิดการบริการแล้วให้มีคุณภาพดีขึ้น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีการสำรวจ และจัดสรรแล้วให้สามารถเปิดการบริการ ลงผลิตภัณฑ์ให้ทุก ๆ แขวงในทั่วประเทศ ดำเนินการสำรวจจัดสรร และวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแขวงของตนให้สำเร็จ เพื่อเป็นแหล่งในการลงทุนของรัฐและเอกชน

2.4.1.3 พัฒนา และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล แต่ให้รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างกว้างขวาง สร้างเครือข่ายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อลดความทุกข์ยากให้มีความยั่งยืน ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนในสังคม มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและเพิ่มการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน

2.4.1.4 เอาใจใส่ส่งเสริมธุรกิจในช่วงเขตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น โรงแรม เรือแพก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และอื่น ๆ ปรับปรุง และพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพมีมาตรฐานสากล ครบวงจร และรวดเร็วทันสมัย เข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวโดยตรง

2.4.1.5 ติดตาม ผลักดันหน่วยธุรกิจต่างๆให้ประกอบส่วนเสียพันธะเข้ากองทุนการท่องเที่ยวตามระเบียบการ ประกอบทุนช่วยรัฐบาลในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.4.1.6 เพิ่มการปฏิบัติ นิติกรรมด้านกฎหมายในการคุ้มครองมหภาค และบรรดาธุรกิจประกอบการบริการทั้งศูนย์กลาง และ ท้องถิ่น ปรับปรุงระเบียบการกำหนดฐานในการคุ้มครอง การท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวให้เป็นระบบรวมศูนย์ และเป็นเอกภาพในทั่วประเทศ พร้อมทั้งสอดคล้องกับระเบียบการคุ้มครองการท่องเที่ยวของสากล โดยเฉพาะบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน.

2.4.1.7 ส่งเสริมการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างแขวงการท่องเที่ยว และ แขวงการอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนา คุ้มครอง และโฆษณาการท่องเที่ยว

2.4.1.8 เปิดกว้างการร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ โดยเฉพาะบรรดาประเทศที่เป็นเป้าหมายตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวลาว ส่งเสริมให้มีตัวแทนการท่องเที่ยวลาว ประจำอยู่บรรดาประเทศที่เป็นเป้าหมายตลาดท่องเที่ยวลาว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวลาว สร้างลายการท่องเที่ยวให้ครบวงจรเชื่อมต่อกับบันดาประเทศในอนุภาคพื้น และสากล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศให้มากขึ้น พร้อมทั้งเป็นการโฆษณาและส่งเสริมการท่องเที่ยวลาว

2.4.1.9 ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบภายใน โดยการจัดงานมหกรรมการท่องเที่ยวระดับชาติและส่งเสริมให้อำนาจการปกครองท้องถิ่นจัดงาน ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในของตน เช่น งานมหกรรมวัฒนธรรมชนเผ่า งานบุญประเพณีประจำท้องถิ่น และงานบุญที่สำคัญอื่น ๆ ที่เป็นการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อโฆษณาให้ประชาชนชาวลาวได้รู้จักอย่างทั่วถึงและก่อให้เกิดแนวความคิดการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมเยือน ภูมิภาคของตน “ลาวเที่ยวลาว ” อย่างกว้างขวาง

2.4.1.10 เอาใจใส่ศึกษาค้นคว้า วิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายการท่องเที่ยวลาวในแต่ละระยะให้ทันกับสภาพการ เพื่อปรับปรุงกลไกการบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4.1.11 เอาใจใส่ประสานสมทบกับสถาบันการศึกษาภาครัฐและเอกชนอยู่ภายใน และต่างประเทศ เพื่อให้ได้เงินทุนมาพัฒนาบุคลากรในแขวงการท่องเที่ยวให้เพียงพอทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะมาตรฐานของอาเซียน

2.4.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว สปป.ลาว 2016-2025

2.4.2.1 พัฒนาการท่องเที่ยวลาว ให้มีความยั่งยืนตามแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว ธรรมชาติ การท่องเที่ยววัฒนธรรมและท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1) ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ พัฒนาการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ให้สอดคล้องกับสภาพจุดพิเศษของ สปป.ลาว และสามารถเชื่อมโยงกับสากลได้
- 2) ติดตามประเมินผลการจัดตั้งปฏิบัติบรรดาแผนงาน และ โครงการ พัฒนาการท่องเที่ยวในขอบเขตทั่วประเทศ
- 3) สร้างบทวิจัยทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งอิงและตอบสนอง ข้อมูลที่มีเนื้อหาครบถ้วน และชัดเจนเกี่ยวกับงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของ สปป. ลาว.
- 4) จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมาย ทั้งภายในและต่างประเทศ
- 5) ส่งเสริมการอนุรักษ์ นำใช้และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างประหยัด มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 6) สมทบกับบรรดาแขวงและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างประหยัดมีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.4.2.2 สร้างให้ สปป. ลาว กลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในทั่วโลก ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1) จัดตั้งปฏิบัติยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีเป้าหมาย พัฒนาผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพ ปรับปรุงพื้นฐานโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นต้น คืออยู่ตามจุดเชื่อมต่อแต่ละภาคและตามเส้นทางยุทธศาสตร์
- 2) ค้นคว้าสำรวจและวางแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการ และสามารถตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3) ส่งเสริมและโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆให้มีความหลากหลายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- 4) ร่วมมือกับบรรดาแขวงและภาคธุรกิจในการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ โฆษณาการท่องเที่ยวลาวให้ถูกต้องตามความต้องการอย่างเพียงพอ

2.4.2.3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวของ สปป.ลาวเข้ากับการท่องเที่ยวในระดับภาคพื้น และสากล ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) พัฒนาระบบการเก็บค่าข้อมูลสถิติอยู่ขึ้นศูนย์กลาง และท้องถิ่นตามด่าน สากลให้เป็นระบบที่ทันสมัย รวดเร็ว รับประกันการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความชัดเจน และรายงาน ตัวเลขสถิติให้ทันกับสภาพการ

2) สร้างกิจกรรมและรายการท่องเที่ยว ที่โดดเด่นอยู่ตามจุดเชื่อมต่อแต่ละ ภาคและจุดเชื่อมต่อแต่ละภาคกับจุดเชื่อมต่อปะเทศใกล้เคียง

3) สร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวประจำปีของ สปป.ลาว สมทบกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ในการสร้างเป็นวงจรที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละ ภาค และในอนุภาคพื้น

4) ดำเนินการศึกษาตลาดท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้สอดคล้อง กับสภาพ และจุดพิเศษของการท่องเที่ยวลาว

5) พัฒนากิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวลาว สามารถเชื่อมโยงกับบรรดาปะเทศในอนุภาคพื้นและสากล

6) ดำเนินการสำรวจเก็บข้อมูลและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่จุด เชื่อมต่อ แต่ละภาคบนพื้นฐานการตกลงของกองปะชุมเชื่อมต่อแต่ละภาค

7) ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลลาวปะจำอยู่ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความ สัมพันธ์และการร่วมมือในการขยายตัวแทน, ตัวแทนการท่องเที่ยวของ สปป.ลาวอยู่ ประเทศที่เป็นเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวลาว

8) ปรับปรุงและพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ สปป. ลาว ให้มี คุณภาพ สามารถเชื่อมโยงกับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนและภาคพื้นได้

9) พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับมาตรฐาน อาเซียน และสากล

10) ส่งเสริมบรรดาหัวหน่วยธุรกิจในแขนงการท่องเที่ยว ให้มีความ แข็งแรงสามารถแข่งขัน และ เชื่อมเข้ากับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และสากล

11) ส่งเสริมการร่วมมือด้านการท่องเที่ยว กับบรรดาประเทศสมาชิก อาเซียน อนุภาคพื้นแม่น้ำของ บรรดาประเทศในภาคพื้นอาเซียนและแปซิฟิก องค์การท่องเที่ยวโลกร่วมมือ 2 ฝ่าย ร่วมมือ 3 ฝ่าย, หลายฝ่าย และองค์การจัดตั้งสากลให้แน่นแฟ้น

12) ส่งเสริมการสร้างวงจรการท่องเที่ยว ของแต่ละภาคอยู่ในภายในประเทศและกับอนุภาคพื้น โดยการสมทบกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2.4.2.4 พัฒนาคู่มือครองและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กลายเป็นอันหนึ่งช่วยให้ประชาชนหลุดพ้นออกจากความทุกข์ยากตามนโยบายของรัฐบาล ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) ส่งเสริมบทบาทหญิง-ชาย และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งทางด้านวิชาการ ในงานการวางแผนพัฒนาและการท่องเที่ยว

2) พัฒนาการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ประชาชนมีส่วนร่วม (CBT) อย่างมีจุดสุขุม

3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีจุดสุขุม (Supply Chain)

4) ส่งเสริมความรู้ด้านการท่องเที่ยว และ การปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้แก่เยาวชนวันรุ่น

5) ร่วมกับบรรดาบริษัทท่องเที่ยว และบรรดาแขวงในการจัดงานเทศกาล บุญประเพณีที่สำคัญประจำท้องถิ่นตนอย่างเป็นปกติ โดยการโฆษณาการท่องเที่ยวให้สังคมนลาวได้รับรู้ และเดินทางท่องเที่ยวอยู่ใน สปป.ลาวเพิ่มมากขึ้น

6) จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับการโฆษณาการท่องเที่ยว “ลาวเที่ยวลาว” โดยเน้นการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดท่องเที่ยวภายใน

2.4.2.5 พัฒนาบุคลากรในแขนงการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองการบริการที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงกับสากลได้ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) สร้างความเข้มแข็ง ด้านวิชาการ ในงานการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว

2) ยกระดับขีดความสามารถและการประสานงานของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องของภาครัฐ และเอกชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

3) ยกระดับความสามารถของบุคลากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติในขอบเขตทั่วประเทศ

2.4.2.6 พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หนึ่งเมืองหนึ่งผลิตภัณฑ์ในทั่วประเทศ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่จุดเชื่อมต่อแต่ละภาค ประกอบด้วยแผนดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1) กำหนดและส่งเสริม ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หนึ่งเมืองหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละแขวงอย่างมีจุดสูม มีคุณภาพ และครบวงจร สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว

2) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลายสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนพื้นฐานท่าแรง และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว

2.4.2.7 สร้างแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สํารวจ จัดสรรแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุง และ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริการแบบครบวงจรและมีคุณภาพ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) ดำเนินการสำรวจกับรวบรวมข้อมูล และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่จุดเชื่อมต่อแต่ละภาค บนพื้นฐานการตกลงของกงประชุมเชื่อมต่อแต่ละภาค

2) สร้างแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบุริมสิทธิของแต่ละแขวงในขอบเขตทั่วประเทศ

3) ศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ และท่าแรงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดเงื่อนไขมาตรฐานในการจัดระดับแหล่งท่องเที่ยว

4) สมทบกับบรรดาแขวง จัดบุริมสิทธิพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลงสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูล และสร้างแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

2.4.2.8 ในการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวปึกหลักหมายขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวในทั่วประเทศ และสร้างห้องข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว พร้อมทั้งประกอบอุปกรณ์สื่อสารให้เป็นระบบอยู่แต่ละด้านสากลประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) ก่อสร้างและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน กลม กลืนกับสภาพแวดล้อม และรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

2) สมทบกับอำนาจการปกครองท้องถิ่น เพื่อกำหนดขอบเขต และปักหลักหมายแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน

2.4.2.9 ในการก่อสร้าง ปรับปรุงบรรดानीติกรรม และปักหลักหมายแหล่งท่องเที่ยว และ เผยแพร่บรรดानीติกรรมแขนงการท่องเที่ยวให้ได้ในขอบเขตทั่วประเทศ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดัง ต่อไปนี้

1) สร้างระเบียบการมาตรฐานการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงภายในประเทศ และระดับอาเซียน

2) ดำเนินการศึกษาค้นคว้า และร่างนิตินิกรรมในการสร้างตั้งบรรดาหัวหน่วยธุรกิจการนำเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสถานที่พักแรมภัตตาคาร ร้านอาหารสวนอาหารและสถานบันเทิงของ สปป. ลาว

3) สร้างและปรับปรุงบรรดानीติกรรมในแขนงท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคมของ สปป.ลาว อนุภาคพื้นและสากล

2.4.2.10 ส่งเสริมในการลงทุนในแขนงการท่องเที่ยว และคุ้มครองการลงทุนให้เหมาะสมกับการขยายตัวของเศรษฐกิจ-สังคมในขอบเขตทั่วประเทศ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) เปิดกว้างและส่งเสริมการลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในรูปแบบการลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชน ในแขนงการท่องเที่ยวให้ถูกต้องและครบถ้วน

2.4.2.11 จัดระดับมาตรฐาน และประเภทให้บัณฑิตาหัวหน่วยธุรกิจการบริการในแขนงการท่องเที่ยวให้ได้ในขอบเขตทั่วประเทศ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้คุ้มครองติดตามตรวจสอบปรับปรุงและจัดระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการบริการ กิจกรรมธุรกิจในการท่องเที่ยวเช่นธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักแรม ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร สวนอาหาร ร้านกินดื่ม สถานบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว และอื่นๆ

2.4.2.12 สร้างให้การคุ้มครอง บรรดากิจการธุรกิจท่องเที่ยว และการบริการในแขนงการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสภาพการขยายตัวของการท่องเที่ยว สกัดกันปรากฏการณ์ย่อท้อและ

ผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นในแผนงานท่องเที่ยวในขอบเขตทั่วประเทศ ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) คຸ້ມครอง และตรวจสอบบรรดาหัวหน้าหน่วยธุรกิจนำเที่ยวให้มีการเคลื่อนไหวย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อจัดประเภทบริการนำเที่ยว.

2) ประสานสมทบกับภาคส่วนเกี่ยวข้องในการคຸ້ມครองกิจการธุรกิจท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามระเบียบกฎหมาย

2.4.2.13 พัฒนาศักยภาพคนในแผนงานท่องเที่ยวให้มีความสามารถ ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้เชื่อมโยงกับสากลที่ละก้าว สร้างเครือข่ายการประสานงานภาครัฐ เอกชน สร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันการศึกษาในแผนงานท่องเที่ยว ประกอบด้วยแผนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) ยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรในแผนงานท่องเที่ยวระยะสั้น และระยะยาวให้มีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมโยงกับสากลที่ละก้าว

2) พัฒนา และปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนสำหรับวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมโยงกับสากลที่ละก้าว

3) พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมในแผนงานท่องเที่ยวระยะสั้น และระยะยาวให้มีประสิทธิภาพ

4) ผลักดันให้มีการจัดตั้งปฏิบัติสัญญารับรู้ซึ่งกันและกัน เกี่ยวกับวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน ให้ปรากฏผลที่เป็นจริง

5) พัฒนาขีดความสามารถของพนักงานในแผนงานท่องเที่ยว ให้มีความพร้อมในการจัดงานปีท่องเที่ยวลาว ครั้งที่ 3 ปี 2018

6) สร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันการศึกษา ในแผนงานท่องเที่ยว พร้อมทั้งปรับปรุงระบบการคຸ້ມครองบริหาร และการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ

7) การพัฒนาระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแผนงานท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถเชื่อมโยงกับสากลที่ละก้าว

8) สร้างเครือข่ายการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนภายในและต่างประเทศให้กว้างขวาง ทำให้การพัฒนาบุคลากร สอดคล้องกับความต้องการแท้จริงของงานท่องเที่ยวในแต่ละระยะ

2.5 บริบททั่วไปของบ้านเกียดโง้ง

บ้านเกียดโง้ง ได้สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2199 ขึ้นอยู่กับกลุ่มบ้านสะโนดเมืองประทุมพอน แขวงจำปาสัก ห่างจากสำนักงานปกครองเมืองประทุมพอน 16 กิโลเมตร ทิศเหนือติดกับ เส้นทางเลขที่ 18 B ทิศใต้ติดกับป่าสงวนแห่งชาติเซเปียน ทิศตะวันออกติดกับบ้านกาแลใหม่ และบ้านพะโพ ทิศตะวันตกติดกับบ้านทาฮู และบ้านทางแบ่ง กิโลเมตรที่ 48 บ้านเกียดโง้งตั้งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติเซเปียน ซึ่งมีเนื้อที่ขอบเขตของบ้านทั้งหมด 3,739 เฮกตาร์ มีเนื้อที่ปลูกสร้าง 39 เฮกตาร์ เนื้อที่ทำการผลิตทั้งหมด 125 เฮกตาร์ ที่นา 107.95 เฮกตาร์ ป่าสงวน 2,600 เฮกตาร์ ป่าผลิต 262 เฮกตาร์ และป่าช้า 4 เฮกตาร์ พื้นที่ขมน้ำหนอง 44 เฮกตาร์ ปัจจุบันมีพลเมือง 1,026 คน เป็นหญิง 550 คน เป็นชาย 476 คน จำนวน 218 ครัวเรือน และมี 157 ครอบครัวบ้านเกียดโง้ง อาชีพหลักของประชาชน คือ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์และหาปลา รายรับส่วนใหญ่ได้จากการเกษตรกรรม สัตว์เลี้ยง คือ ปลา และบริการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ บ้านดังกล่าวเป็นบ้านที่มีเศรษฐกิจดีกว่าหมู่บ้านอื่น ๆ ที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มบ้านสะโนด เมืองประทุมพอน บ้านเกียดโง้ง เป็นบ้านที่มีความสำคัญของป่าสงวนเซเปียน มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและมินิเวศวิทยาที่สำคัญ รวมทั้งเขตดินทามบิงเกียดโง้ง เป็นพื้นที่ขยายพันธุ์และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ของสัตว์น้ำ มีป่าไม้และสัตว์ป่าหลายชนิด ตลอดทั้งมีทัศนียภาพและโบราณสถานต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองประทุมพอน ประวัติความเป็นมาของภูอาสา วัดภูอาสาเป็นโบราณสถานแห่งหนึ่งที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และโบราณวิทยา วัดภูอาสาเป็นศูนย์พุทธศาสนา และเป็นศูนย์รวมของประชาชน บรรดาเผ่าที่มีหนึ่งใจเดียวกัน ลูกขึ้นต่อตาดานการกตขี่ข่มเหงที่ไร้มนุษยธรรมของชนชั้นที่มีอำนาจเหนือกว่าก็คือศักดินาที่ปกครองนครจำปาสักในเวลานั้น วัดภูอาสาอาจตามประวัติของขุนบรมราชาธิราช และพงสาวดารลาวฉบับมหาสิลา วิละวงศ์(กระทรวงศึกษา ป.ศ. 2509) มีประวัติดังนี้แต่ก่อนมีชายคนหนึ่งชื่อว่า ทำวอาสาได้ไปบวช เป็นครูบา และได้ศึกษาร่ำเรียนที่สยาม (ประเทศไทย) เมื่อร่ำเรียนได้หลายปีแล้วได้กลับคืนมาบ้านเกิดของตน (บ้านเกียดโง้งในปัจจุบัน) ตอนกลับมาท่านได้นำเอาแว่นขยายติดตัวมาด้วยเมื่อถึงบ้าน ได้พูดกับชาวบ้านว่า อาตมามีฤทธิ์เดชสามารถทำให้ไฟลุกไหม้อย่างปาฏิหาริย์ โดยใช้แว่นส่องไปไม้แห้งโดยใช้แสงดวงอาทิตย์ ทันทันนั้นไฟลุกไหม้ไปไม้แห้ง จึงทำให้ประชาชนประหลาดใจ และเกิดความเชื่อถือว่าพระรूपนี้มีบุญมาเกิด ซึ่งเวลานั้นประชาชนยังด้อยการศึกษาจึงไม่ทันเข้าใจถึงกฎของแสง ประชาชนมีใจศรัทธา เลื่อมใสต่อพระ จึงเอาดอกไม้ ธูปเทียน

มาบูชาอย่างมากมาย เท่ากับปราสาททรายกองใหญ่ พระภิกษุได้ค้นคิด และเข้าใจความไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมโดยเห็นว่า ชาวบ้านถูกกดขี่ข่มเหง พระภิกษุได้ค้นคิดและเข้าใจความเป็นธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมโดยเห็นว่าชาวบ้านถูกเกณฑ์ไปออกแรงงาน และยังต้องเสียภาษีอย่างหนัก พระภิกษุได้ปลุกระดมประชาชนบรรดาเผ่าให้มีความสามัคคีกัน และพร้อมลุกขึ้นต่อสู้กับศักดินา ปี พ.ศ.2358 เพื่อเตรียมพร้อมทางด้านจิตใจ และสร้างกองกำลังสู้รบ พระภิกษุสาจึงได้ นำพาประชาชนสร้างสถานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นวัดขึ้น และเป็นที่อบรมวิชาการต่อสู้ก็คือยุทธวิธี และแบบแผนการสู้รบโดยการฝึกตีดาบ ชีมา ชีซ่าง และป้องกันตัว พระภิกษุสาได้ก่อสร้างวัดขึ้นที่บริเวณภูสูงแห่งหนึ่ง ได้เรียกว่าภูอาสา สิ่งก่อสร้างอยู่ภูอาสาแห่งนี้มีความแตกต่างไปจากแห่ง อื่นๆ สังเกตได้จุดที่ตั้งอยู่ยอดภูเขา มีกำแพงล้อมรอบ และมีเสาที่เป็นดอกเห็ดเป็นระยะ ซึ่งภายใน ประกอบด้วยเจดีย์ และโบสถ์ นอกนั้นด้านนอกของกำแพงยังมีถ้ำธรรมชาติ ซึ่งปัจจุบันก็ยังบรรจุ พระพุทธรูปหลายองค์ อยู่ภายในถ้ำแห่งนั้น หลังจากเตรียมกำลังพลอยู่ภูอาสาแห่งนี้เป็นเวลาหนึ่งปี พระภิกษุสาได้นำพาไพร่พลไป ตีเอานครจำปาสัก เจ้านครจำปาสักปราศรัยขบวนการต่อสู้ของประชาชนได้รับชัยชนะ และยึดเอาอำนาจการปกครองอยู่นครจำปาสัก การลุกขึ้นต่อสู้ครั้งนี้ได้กลายเป็นประวัติอันดีงามเพื่อให้ นักศึกษาอนุชนรุ่นหลังให้มีน้ำใจกล้าหาญ สามัคคีกัน ต่อสู้ต้านการกดขี่ข่มเหงของศักดินา รัฐบาล สปป. ลาว ได้รับรอง และประกาศเอาวัดภูอาสาเป็นมรดกแห่งชาติตามคำริสของนายกรัฐมนตรี เลขที่ 174 / นย. ลงวันที่ 13/11/1993 และ ภูอาสาได้กลายเป็นโบราณสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของ เมืองปะทุมพอน แขวงจำปาสัก และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา เที่ยวชมในแต่ละวัน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนบานเกียดไฉ้ง และธุรกิจท่องเที่ยวจากการเที่ยวชมในระดับที่ดีพอสมควร (อาจารย์ ทองสา ชัยยะวงศาคำดี)

2.5.1 สภาพเศรษฐกิจ ของบานเกียดไฉ้ง

องค์ประกอบหลักของการดำรงชีวิต ส่วนใหญ่การผลิต ปลูกฝัง เลี้ยงสัตว์ หาปลา บริการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและเก็บของป่านอกจากนี้ภายในบ้านประกอบธุรกิจบริการขนาดเล็กจำนวนหนึ่ง เช่น ขายของชำบริการรถโดยสาร ขนส่งรับจ้างไถนา โรงสีข้าว จักสาน ตีเหล็ก รับจ้างทั่วไป และ อื่น ๆ

2.5.2 สภาพดานสังคมวัฒนธรรม

บ้านเกียดไฉ้งก็เหมือนบ้านอื่นๆ นับถือการจัดตั้งมีการปกครองแบบสายตั้งมีคณะบ้าน 3 คน ผู้เฒ่าผู้แก่ และองค์กรของบ้านทุกกลุ่ม การนับถือประเพณีบุญประจำปี บุญกองข้าวบุญกฐิน บุญบั้ง

ไฟ ประเพณีปีใหม่ลาว และบุญอื่นๆ อีกตามประเพณีพื้นบ้าน นับถือเคารพครูบาอาจารย์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น เจ้าวังวา เจ้าวังทอง หนองหลัก หนองยม และภูอาสา ประเด็นสำคัญภูอาสาเป็นโบราณสถานที่เก่าแก่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชาวบ้านมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นประจำและซื้อช้างชมวัดโพธิ์อาสา ซึ่งเป็นรายได้ของชาวบ้านอีกทางหนึ่ง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Tao, Teresa Chang-Hung (2006) ได้ศึกษากลยุทธ์การการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชนพื้นเมือง กรณีศึกษาจากประเทศไต้หวัน พบว่าวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม Cou และ โครงสร้างทางสังคมแบบดั้งเดิมที่มีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดเปลี่ยนวิถีชีวิตของ Cou จากการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในอดีต ถูกเชื่อมโยงมากขึ้นกับระบบเศรษฐกิจตลาดโลกในปัจจุบัน ที่มาจาก ความหลากหลายของปัจจัยภายนอก และภายใน เช่น นโยบายประวัติศาสตร์ การเมือง สภาพเศรษฐกิจมหภาค ส่งเสริมการท่องเที่ยวอุตสาหกรรม และการพัฒนาทางวัฒนธรรมโดย รัฐบาลในปีล่าสุดได้ให้คนพื้นเมืองที่มีโอกาสใหม่ ด้านการท่องเที่ยวในการใช้ ประโยชน์จากวัฒนธรรม นอกจากนี้จะเป็นสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรม มีผลมากสำหรับสิ่งที่ทำ และการกระจายของผลประโยชน์ใน หมู่บ้าน ทั้งสองการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ และวิถีของกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนตัวเอง การท่องเที่ยว ได้รับการจัดทะเบียนเป็นวิถีชีวิตของหมู่บ้านทั้งในรูปแบบของการจ้างงาน และองค์กรส่วนรวม และส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น ร้านอาหารโฮมสเตย์ คาเฟ่ ร้านค้าหัตถกรรม และตั้งแคมป์ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพทั้งในการเสริม และการแข่งขันกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ความขัดแย้งระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และกิจกรรมอื่น ๆ อาจไม่ชัดเจนในแง่ของการใช้ประโยชน์จากที่ดิน น้ำ และเวลา สิทธิประโยชน์และค่าใช้จ่าย ของกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละที่โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน (ส่วนใหญ่อายุและเพศ) แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่าง กรอบวิถีชีวิตที่ยั่งยืนคือการตรวจสอบ และใช้การประเมินบริบท และรูปแบบการท่องเที่ยวที่อาจนำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน สถาบัน และกระบวนการโครงสร้างขององค์กร เป็นหนึ่งในปัจจัยหลัก ที่กำหนดว่าสินทรัพย์ที่แตกต่างกันที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน จะสะสมหรือหมดไปและแนวโน้มของชุมชน จากการเปรียบเทียบทั้งสอง กรณีพบว่าในบริบทของเศรษฐกิจตลาดทุนนิยมที่คนติดตามผลประโยชน์สูงสุดของแต่ละ สถานการณ์ต่อไปนี้มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ผลอย่างยั่งยืน

(ทางสังคมวัฒนธรรมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม) ในบริบทของของชุมชนพื้นเมือง นั่นคือผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีการดำเนินการผ่านสถาบันการศึกษาที่มีกลไกของชุมชน และผ่านการทำงานมีประสิทธิภาพของ องค์การชุมชนบนพื้นฐานของความรู้ร่วมกัน แนะนำ โดยวัฒนธรรมของ Cou ความคิดในการดำรงชีพอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่มีความหมายกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และการปฏิบัติสำหรับแนวทางการศึกษาของสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นความหมายของการบูรณาการ 3 รูปแบบของความคิด ความคิดทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นความยั่งยืนของการคิดการพัฒนาที่เน้นการผลิตและการเจริญเติบโต และความคิดในการดำรงชีพ ซึ่งเน้นการยังชีพสำหรับผู้ยากไร้วิธีการอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบความเป็นจริงของคนในพื้นที่ชนพื้นเมืองและคนยากจนในพื้นที่ชนบทและห่างไกลวิธีการมุ่งเน้นเกี่ยวกับผลกระทบในท้องถิ่นของการเปลี่ยนแปลงตระหนักถึงความซับซ้อนของชีวิตของผู้คนที่คนที่ทราบว่ามีความแตกต่างในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน และมีความซับซ้อน บางครั้งผลประโยชน์ที่อยู่ถูกกำหนดโดยชุมชนชายขอบของตัวเองรับทราบพลวัตของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และคนที่รองรับการเรียนรู้จากการเปลี่ยนแปลง และการวางแผนการปรับตัว และตอบสนอง ต่อการเปลี่ยนแปลงจะมุ่งเน้นการรองรับความรู้ดั้งเดิม และทักษะในการสร้างเงื่อนไขให้กับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีจะช่วยในการเข้าใจว่าองค์ความรู้แบบดั้งเดิม และนวัตกรรมให้พื้นฐานสำหรับการพัฒนาการจัดการและกลยุทธ์ในการปรับตัวกรอบการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน มีประโยชน์เพราะสถานที่ที่สนใจของคนในท้องถิ่น วิธีการดังกล่าวประกอบด้วย การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนพื้นเมืองและวิธีการสำรวจ ผลกระทบต่อการพัฒนาเชิงบวก

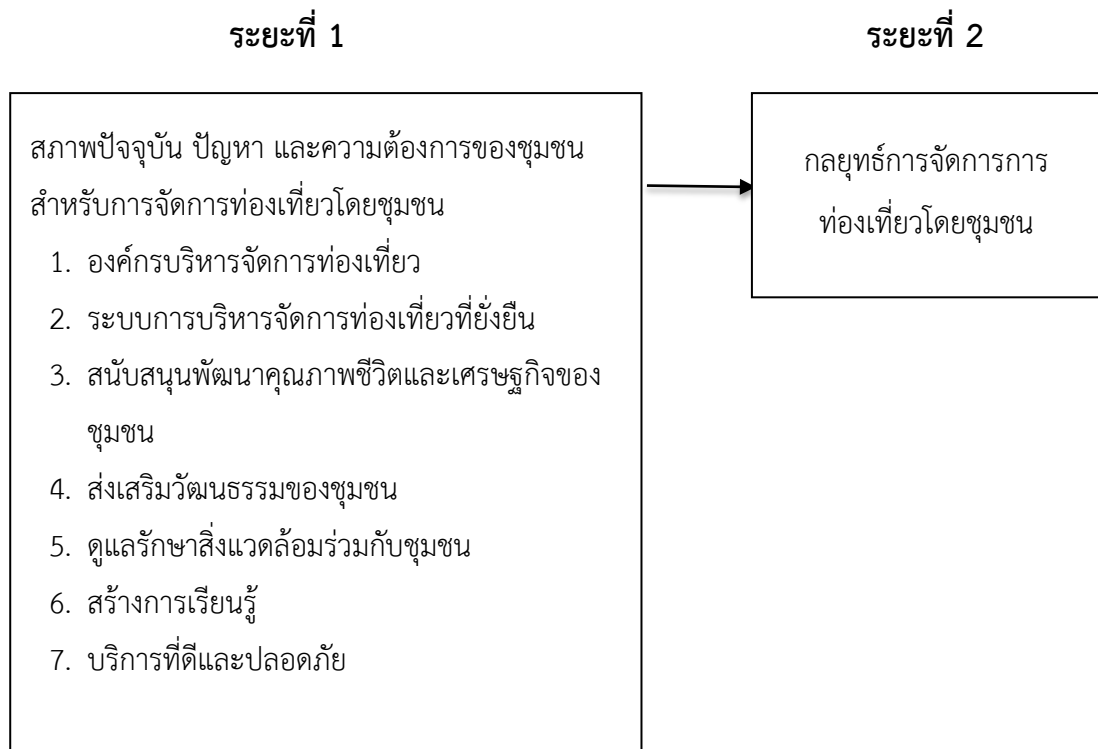
วิระพล ทองมา และคณะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านเมืองก๊ิด ตำบลก๊ิดช้าง อำเภอมะแม่ง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนบ้านเมืองก๊ิดนั้น มีการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 2 ลักษณะ 1) การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยภาคเอกชนหรือบริษัทเอกชน โดยมีธุรกิจการท่องเที่ยว ที่สำคัญคือ ศูนย์อภิมัลช้าง ปางช้างแม่แตงทัวร์ ปางช้างแก่งก๊ิด บริษัทเชียงใหม่แอดเวนเจอร์และ เดอะพิก แอดเวนเจอร์ ส่วนอีกลักษณะหนึ่งคือ การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยภาคประชาชน ได้รวมกลุ่มกันดำเนินการ ซึ่งมีกิจกรรมหลักคือ กิจกรรมการล่องแพไม้ไผ่และแพยาง กิจกรรม บ้านพักสัมผัสชีวิตชนบท (Home Stay) กิจกรรมเยี่ยมชมน้ำตกตาดหมอก และกิจกรรมเข้าชมวัด เมืองก๊ิด และอนุสาวรีย์พระนเรศวร เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยว

ภายในชุมชนบ้านเมืองกีด ก่อให้เกิดความสนใจ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ในที่สุดจึงได้รับประกาศนียบัตรจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้เป็นที่พักที่ได้รับมาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย ระหว่างปี 2554 - 2556 ซึ่งช่วยทำให้เป็นการประกันคุณภาพและมาตรฐานการ ท่องเที่ยวภายในชุมชน ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ชุมชนยังมีกิจกรรมเด่นที่สำคัญซึ่งสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การสัมผัส ชีวิตความเป็นอยู่ของคนกับช้าง ซึ่งแยกออกจากกันไม่ได้เลย เนื่องจากช้างเหมือนกับเป็นสมาชิกคน หนึ่งของครอบครัว โดย นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับช้างตั้งแต่ตื่นนอนตอนเช้าถึง ตอนเย็น โดยชุมชนมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมชมชอบมากคือ กิจกรรมคนเลี้ยงช้าง นอกจากนี้ ชุมชนบ้านเมืองกีดยังมีเสน่ห์ของการล่องแพยางและแพไม้ไผ่ในแก่งกีด ที่มีน้ำไหลเชี่ยว ไส้สะอาด และมีโขดหินที่สวยงามเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัยและความตื่นเต้นเป็น อย่างมาก ธรรมชาติของป่าไม้ที่สวยงาม ร่มรื่น ยังเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวส่วนมากอยากมาเที่ยว ช้าแล้วช้าอีก แต่อย่างไรก็ตาม บ้านเมืองกีดยังมีข้อบกพร่องหรือข้อด้อยที่ควรปรับปรุง โดยเฉพาะการ เชื่อมโยง กิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมให้ต่อเนื่อง และเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันระหว่างธุรกิจ ท่องเที่ยว ที่ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนเอง และหรือกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการด้วยกลุ่ม ของประชาชนภายในชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้จะต้องอาศัยความร่วมมือ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่หวังแต่ประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้อง พร้อมทั้งทุกภาคส่วนต้องคำนึงถึง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่จะต้องมิไว้ให้การอนุชนรุ่นหลังต่อไปให้ยาวนานที่สุดนั่นเอง

ชนิษฐา บรมสำลี และ รัฐพล สันสนได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการ ท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดการ ท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการ ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด บริการ ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำ และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน เมื่อวิเคราะห์รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิม พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในขณะที่รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

สุเทพ พันประสิทธิ์ และคณะ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา:กรณีศึกษาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ พบว่า ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ฉียงเหนือ และแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี โดยผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทยกับเมืองเสียมราฐ นครวัด นครธม ตามเส้นทางอรัญประเทศ ศรีโสภณ เสียมราฐ และช่องสงฆำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ กับเมืองอัลลองเวง เชื่อมต่อไปถึงเสียมราฐ และการเชื่อมโยงแหล่งวัฒนธรรม ขอมกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย โดยใช้ศักยภาพการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ และปราสาทเขาพระวิหาร เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์จุดเด่น และโอกาสของจังหวัดชายแดน ได้ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ คือ (1) กลยุทธ์การเชื่อมสระแก้ว ศรีสะเกษ สุรินทร์ โยงกับเมืองเสียมราฐ ด้านการค้าชายแดน เพื่อการส่งสินค้าไปตลาดประเทศกัมพูชา และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มโบราณสถานนครวัด นครธม (2) กลยุทธ์การพัฒนา ศักยภาพด้านบริการและแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เสริมความน่าสนใจของแหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดแสดงสีเสียด การท่องเที่ยว สร้างเสริมความรู้ประวัติศาสตร์โบราณคดี ธรรมชาติวิทยาเชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงสุขภาพการกีฬา รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นด้านนันทนาการ (3) กลยุทธ์การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (4) กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์กิจกรรมเด่น การสร้าง Brand ของภูมิภาคและจังหวัด (5) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและท้องถิ่น มีการร่วมกันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณีและหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (6) กลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้านในด้านโครงสร้างพื้นฐานและเงินช่วยเหลือในโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (7) การเปิดประตูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน สร้างความเชื่อมโยงทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น (8) กลยุทธ์การรณรงค์ท่องเที่ยวทางรถยนต์ เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวอิสระ

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย