

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสวนสมุนไพรมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดระยอง ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงงานเขียนที่ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทั้งหลายได้คิดค้น และเรียบเรียงไว้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ ในหลากหลายสาขาวิชาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ ต่อกระบวนการดำเนินการการวิจัยและตอบคำถาม เพื่อให้สามารถอธิบายการศึกษาวิจัยได้ชัดเจน และเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการส่งเสริม และพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสวนสมุนไพรมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ดังนั้นจึงได้เสนอแนวความคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)
- 2.3 แนวคิดผลกระทบจากการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)
- 2.5 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวมีอยู่ด้วยกันหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดที่น่าสนใจ จะต้องประกอบไปด้วย องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างมาผสมผสานกัน มีผู้กล่าวถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวไว้หลายท่านด้วยกัน เช่น

Mill and Morrison (อ้างในจิราวรรณ กาวิลละ, 2544) กล่าวโดยสรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality)

Mill (1990) ได้กล่าวคล้ายกันว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (Amenity)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวโดยสรุปว่า การที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมโบราณ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการน้ำประปา ไฟฟ้า การขนส่ง การสื่อสาร ที่พักแรม อาหาร การนำเที่ยว การจองสินค้าน้ำที่ระลึก เป็นต้น
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยว จะต้องมีความสามารถเข้าถึง มีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

Collier and Harraway (อ้างในสุทธิทธิ ชูชาติ, 2544) มีความเห็นสอดคล้องกันว่าการท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ 3' As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) เหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัย เช่น ระบบการขนส่ง การสื่อสาร การสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ถือเป็นสิ่งจำเป็นในแหล่งท่องเที่ยว
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ และสถานี เพื่อลำเลียงคนละลึ่งของไปสู่จุดหมายปลายทาง

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นนั้น ต้องประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก และมีระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแต่ละจุด

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

กระแสการพัฒนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของโลกได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยพิจารณาถึงทางเลือกของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยเฉพาะจากการประชุม “Earth Summit” ที่กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อ 14 มิถุนายน 2535 ได้ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ

1. กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งหมายถึง การอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก
2. กระแสของตลาดท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง มีปริมาณของนักท่องเที่ยว “แบบมีคุณภาพ” ที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นประเด็นหลักของสังคมโลก ณ ขณะนี้เพิ่มขึ้น
3. กระแสการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในความหมายของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจากประชาชนระดับรากหญ้า เพื่อบรรลุซึ่งแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน (พจนานุกรม, 2541)

นอกจากกระแสพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการที่มีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ถูกหยิบยกมาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญและกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย

4. การมีส่วนร่วม และ/หรือ ผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น
5. ความพึงพอใจของผู้ใช้/ ผู้บริโภค

Like (1996 อ้างใน Fennell, 1999) ได้สรุปความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นความสมัครใจและความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์กับธรรมชาติในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น สัตว์ ระบบนิเวศ และการศึกษาลักษณะของธรณีวิทยาในพื้นที่ รวมทั้งการศึกษาถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อเป็นสื่อและเครื่องมือในการที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่ให้เห็นความสำคัญและช่วยกันอนุรักษ์ และรักษาทรัพยากรธรรมชาติไว้ ซึ่งจะเป็นหนทางหนึ่งในการพัฒนาที่ยั่งยืน

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (อ้างในจันทร์ทิพย์ คงปาน, 2546) ได้ทำการศึกษารายงานขั้นสุดท้าย เพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากที่มีผู้ให้ความที่หลากหลาย จากเอกสารทางวิชาการ การระดมความคิดเห็นในประเทศ และการดูงานในต่างประเทศ ทางคณะผู้ศึกษาได้รวบรวมและเสนอต่อที่ประชุมซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ และผู้เกี่ยวข้องจากหลายหน่วยงานเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน ซึ่งผลการพิจารณาได้ข้อสรุปคำจำกัดความของ Ecotourism คือ “การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน” โดยขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงครอบคลุมลักษณะพื้นฐานขององค์ประกอบหลัก (Key Elements) 4 ด้าน ที่ประกอบด้วย พื้นที่ท่องเที่ยว การจัดการ กิจกรรมและกระบวนการ ตลอดจนการมีส่วนร่วม คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-System) ในพื้นที่ของแหล่งนั้น ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-Based Tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism)

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนัก

และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวแบบสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmentally Education-Based Tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชากรในท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้หมายความรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยและในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มจากระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองท้องถิ่น และอาจรวมการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อังกในจันทรทิพย์ คงปาน, 2546) ได้เสนอนโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ในเอกสารแนะนำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับคณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดทำขึ้นเพื่อประกาศใช้เป็นแผนปฏิบัติการระดับชาติ และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบและประกาศใช้แผนดังกล่าวเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2544 โดยมีรายละเอียดของนโยบายหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบ และฟื้นตัวได้ยาก

2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดการกิจกรรมที่เหมาะสมและการปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ พึงหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยรวม

3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่ามุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และการมีรายได้เพียงอย่างเดียว

4. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมชุมชน ในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งมีการมีส่วนร่วมในการวางแผน หรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

5. ให้ความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากรและกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

6. นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงและเพียงพอ

7. สนับสนุนการศึกษา วิจัย และประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

8. มีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำคัดเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

9. จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ (Code or Conduct) แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

10. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและการจัดการร่วมกันทุกระดับ

พงศศานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (2538 อ้างในรัชชชัย รัตนช้อน, 2542) ได้ให้ทัศนะที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. ต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในท้องถิ่น

2. ต้องให้ความรู้และเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปของสื่อต่างๆ ตลอดจน การอธิบาย การตีความโดยมีคฤเทศก์เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ ได้รับความเพลิดเพลินพร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และให้มีความตระหนักถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ของชุมชนนั้น ๆ จนนักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังช่วยกันป้องกันและช่วยกันลดผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหรือต่อวิถีชีวิตของชุมชนนั้น ๆ

3. ต้องให้ผลประโยชน์แก่ชาวบ้านในท้องถิ่นในการจ้างงานทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น การบริการจัดนำเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ การขายอาหาร การขายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ต้องให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นของเขา ซึ่งจะช่วยให้ชาวบ้านในท้องถิ่น เกิดความ

ภาคภูมิใจ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ธรรมชาติ สังคมและชุมชน นั้น ๆ แล้วผนึกกำลังร่วมแรงร่วมใจช่วยกันพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรนั้นไว้อย่างยั่งยืน

5. ต้องให้นักท่องเที่ยวพอใจ การสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์ และความพึงพอใจ ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยว จะมีผลต่อการได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะยาวอย่างยั่งยืนและอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นข้อมูลข่าวสารในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะต้องมีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ต้องมีการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด โดยประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวจะต้องเท่ากับหรือมากกว่าความหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการให้บริการ และให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอันดับที่สูง รองจากการมุ่งอนุรักษ์ ดูแลและป้องกันแหล่งท่องเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นสิ่งจำเป็นและเป็นพื้นฐานสำคัญ สำหรับการพัฒนาท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศอันเป็นฐานสำคัญที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว นำแนวคิดไปสู่การวางแผนงานปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ชัดเจนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้าน ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีความสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.3 แนวคิดผลกระทบจากการท่องเที่ยว

นำชัย ทนุผล (2542) กล่าวไว้ในบทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทสำคัญ และผลกระทบว่า การเจริญเติบโตและการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศในปัจจุบัน นอกจากจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การสร้างอาชีพและการพัฒนาระบบการคมนาคม และการพัฒนาโครงสร้างในด้านอื่น ๆ แล้ว การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผลกระทบทางด้านชีวภาพ ด้านสังคม และศิลปวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจในรายละเอียด เพื่อกำหนดแนวทางการป้องกันและแก้ไขผลกระทบเหล่านั้นให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือไม่ให้เกิดขึ้นเลยได้ ก็จะเป็นดี ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2537) ได้ระบุถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแยกสรุปเป็น 2 ประเด็นหลักคือ

1. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) ซึ่งได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา ทัศนียภาพ และสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ อาจก่อให้เกิดปัญหา เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและปัญหาหมอกควัน มีขยะและสิ่งปฏิกูลเคลื่อนที่ตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความสูญเสียและขาดความสมดุลทางธรรมชาติ เป็นต้น

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Environment) ได้แก่ โบราณวัตถุสถาน ศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยีและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

บุญกร ภาวจินดา (2538) ได้กล่าวไว้ในสรุปการสัมมนาพัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืนในเรื่องของผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวว่าเป็นเงาสะท้อนเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ขาดการควบคุมปริมาณของนักท่องเที่ยวจนมีจำนวนมากเกินกว่าความสามารถของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสภาพแวดล้อม ได้แก่

ผลกระทบทางกายภาพ

- ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
- ปัญหาหมอกควัน ขยะ น้ำเสีย
- ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณะ
- ปัญหาอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ผลกระทบทางสังคม และวัฒนธรรม

- ปัญหาเพศพาณิชย์
- ปัญหาอาชญากรรม
- ปัญหาค่าครองชีพ
- ปัญหาการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมประเพณี
- ปัญหาการลดคุณค่างานศิลปหัตถกรรม
- ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2536) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยว – พืชพันธุ์ไม้ (Tourism VS. Vegetation) แหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งในโลกมีชื่อเสียงในเรื่องของพรรณไม้ เมื่อนักท่องเที่ยวที่เข้าไปอย่างมากมายในบริเวณดังกล่าวในช่วงฤดูกาลที่ดึงดูดใจ ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายแก่ต้นไม้ในบริเวณนั้น ได้ย่อมส่งผลให้ระบบนิเวศวิทยาเสียหาย

2. การท่องเที่ยว – คุณภาพของน้ำ (Tourism VS. Water Quality) เมื่อมีการปล่อยของเสียลงตามร่องน้ำ ลำธารสาธารณะ แม่น้ำหรือทะเลมากเกินไปกว่าธรรมชาติจะสร้าง ความสมดุล น้ำบริเวณนั้นจะกลายเป็นน้ำเน่าเสีย ซึ่งมักจะเกิดกับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ริมแม่น้ำหรือริมทะเล กิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อคุณภาพน้ำ ได้แก่

- การปล่อยของเสียที่เกิดจากการขับถ่าย ชักล้างลงในแม่น้ำลำธารจนเกินวิสัยที่จะสามารถรับภาระได้

- ภาวะของเสียอาจทำปฏิกิริยากับสารเคมีตามธรรมชาติในน้ำ เป็นเหตุให้วัชพืชใต้น้ำบางชนิดเจริญงอกงามอย่างรวดเร็วจนเกิดความหนาแน่นปิดกั้นแสงสว่างและออกซิเจน ซึ่งเป็นอันตรายต่อพืชอื่นๆ และสัตว์น้ำ

3. การท่องเที่ยว – คุณภาพอากาศ (Tourism VS. Air Quality) การเดินทางกับการใช้ยานพาหนะประเภทต่างๆ เป็นเรื่องที่แตกต่างกันไม่ออก ไม่ว่าจะเป็นยานพาหนะประเภทใดล้วนมีส่วนส่งเสริมสภาพอากาศเป็นพิษทั้งสิ้น และจะส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองมากกว่าชนบท

4. การท่องเที่ยว – สัตว์ป่า (Tourism VS. Wildlife) พฤติกรรมการซื้อและการสะสมของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์สัตว์ เช่น ขน-หนัง-เขา-หาง และอวัยวะต่างๆ เช่น อังมือเสือ ขนนกยูง งาช้าง เป็นต้น ซึ่งรวมถึงความนิยมบริโภคอาหารพิสดารจากสัตว์ป่า เช่น สมอลิง เนื้องู ดีหมี ฯลฯ ล้วนเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการไล่ล่าสัตว์บางชนิดมากขึ้น สัตว์บางชนิดถูกฆ่าเพียงเพื่อจะเอาอวัยวะบางส่วนมาให้นักท่องเที่ยวบริโภค สัตว์บางชนิดอยู่ในสถานะสูญพันธุ์หรือล่อแหลมต่อการสูญพันธุ์ ซึ่งมีผลการวิจัยพบว่า การค้าสัตว์ป่าจำนวนมากเกินไปเป็นผลให้สัตว์บางชนิดชะงักการขยายพันธุ์

5. การท่องเที่ยว – ธรณีวิทยา (Tourism VS. Geology) หากจะเปรียบเทียบกับผลกระทบด้านอื่นแล้ว ลักษณะทางธรณีวิทยาอาจได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวน้อยกว่าด้านอื่น แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นมักจะเป็นเรื่องที่แก้ไขยาก และจะส่งผลกระทบต่อลักษณะทางกายภาพ

และความสมดุลของระบบนิเวศวิทยาอื่นๆ เช่น พฤติกรรมการขีดเขียน หรือหักเหในถ้ำ ความนิยมสะสมหิน จนหินหมดสภาพความน่าดู หากเกิดแล้วซ่อมแก้ไขได้ยาก

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรตระหนักถึงปัญหาความเสื่อมโทรมที่จะเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวและปัญหามลภาวะ ขยะและสิ่งปฏิกูล มิใช่มุ่งเน้นเพียงแต่รายได้ หากมีการเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของการท่องเที่ยว หากปราศจากการควบคุม การออกกฎระเบียบบังคับใช้อย่างจริงจังจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแล้ว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความสูญเสีย และขาดความสมดุลทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงไม่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

2.4 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

จากการประชุม Globe 90' Conference ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อปี พ.ศ. 2533 ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นต่อไป การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพพร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและขนบการทางระบบนิเวศวิทยาได้” (ศรีพร สมบุญธรรม, 2536)

ปี พ.ศ. 2535 ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและพัฒนา (Earth Summit Conference) ณ ประเทศบราซิล ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด จะเป็นกลุ่มใหญ่ หรือกลุ่มเล็ก ทั้งในเมืองและชนบท” (สร้อยศักดิ์ อาสาสรรพกิจ, 2542)

Butler (1993 อ้างใน Weaver, 1998) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการและรักษาสภาพพื้นที่ในชุมชนและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพคงเดิมและสามารถจะมีชีวิตอยู่และเจริญเติบโตอย่างไม่มีขีดจำกัดในตัวเอง และเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการทำลาย และเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งในด้านตัวมนุษย์และลักษณะทางกายภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดขอบเขต กฎ ข้อห้าม และการละเว้นในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง

พลอยศรี โปราณานนท์ (มปป.) ได้กล่าวไว้ในหนังสือการทองเที๋ยวเบื้องต้นในเรื่องของการทองเที๋ยวเพื่อการยั่งยืนนั้น ควรมีการวางแผนและควบคุมและอนุรักษ์ในแหล่งพื้นที่ที่ทองเที๋ยว การวางแผนควบคุมทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างภาครัฐและเอกชน เนื่องจากภาคเอกชนนั้นมักจะเสาะหาผลประโยชน์ให้ได้มากที่สุดภายในระยะเวลาอันสั้น โดยความพยายามในด้านการตลาดเพื่อให้แหล่งทองเที๋ยวเป็นที่นิยมสูงสุด มากกว่าที่จะเสาะหาแนวทางการพัฒนาแหล่งทองเที๋ยวใหม่ จึงควรมีการสนับสนุนการทองเที๋ยวแบบยั่งยืน ถึงแม้ภาครัฐจะสามารถออกข้อบังคับในการควบคุมได้ แต่ถ้าหากปราศจากความร่วมมือจากภาคเอกชนแล้ว การทองเที๋ยวแบบยั่งยืนก็ไม่สามารถสำเร็จเป็นจริงได้ ในปัจจุบันมีบริษัทเอกชนหลายแห่งที่เข้าใจและเห็นความสำคัญของการทองเที๋ยวแบบยั่งยืนว่า เป็นยุทธวิธีในระยะยาวเพื่อความเจริญและความคงอยู่สืบไปของการทองเที๋ยว องค์การทองเที๋ยวโลกได้เสนอข้อเสนอแนะสำหรับการทองเที๋ยวเพื่อความยั่งยืน 10 ประการ ดังนี้

1. ลดการดำเนินงานด้านการทองเที๋ยวในพื้นที่ที่มีปัญหา โดยให้ความสนใจกับโครงการใหม่ ๆ
2. ให้ความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมในขั้นตอนของการออกแบบ วางแผน ก่อสร้าง และส่งเสริมการทองเที๋ยว
3. ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการปกครองและดูแลพื้นที่ธรรมชาติเพื่อให้ดำรงความเป็นธรรมชาติไว้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
4. อนุรักษ์พลังงาน โดยการลดจำนวนการใช้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ จัดการด้านน้ำสะอาดและควบคุมระบบกำจัดของเสีย
5. ลดและควบคุมการกระจายมลภาวะทางอากาศ
6. ตักเตือน ควบคุม และลดมลภาวะด้านเสียง
7. ควบคุม ลด และกำจัดสินค้าที่ไม่เป็นพันธมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สาร CFC ยาฆ่าแมลง สารพิษ สารระเบิด และสารไวไฟ
8. ให้ความเคารพและช่วยเหลือพื้นที่ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์และศาสนา
9. ในความสนใจต่อกันท้องถิ่น รวมถึงประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมในท้องถิ่น
10. ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาแหล่งทองเที๋ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้สรุปแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

ในปัจจุบันกระแสของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ ในประเทศ หรือแม้แต่มาระดับโลก ซึ่งนอกจากจะพัฒนาให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมแล้ว การจัดการและการพัฒนานั้น ๆ ต้องคำนึงถึงความยั่งยืน โดยเฉพาะการพัฒนาที่ต้องเกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเปราะบางและการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการพัฒนา จึงมีความจำเป็นที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องคำนึงและร่วมกันปฏิบัติอย่างจริงจังในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ต้องมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมเป็นการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และขบวนการทางระบบนิเวศวิทยาและต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ และให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมว่า เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นต้องให้ความสนใจต่อคนท้องถิ่น รวมถึงประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

นอกจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ควรมีการวางแผนและควบคุมและอนุรักษ์แหล่งพื้นที่ท่องเที่ยว การวางแผนควบคุมทั้งจากส่วนกลางและภูมิภาค เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากภาคเอกชนมักจะมุ่งหวังผลกำไรจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเพียงอย่าง

เดี๋ยว ดังนั้นจึงควรมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุก ๆ ฝ่าย

มนัส สุวรรณ (2538) เห็นว่าการประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยว ควรคำนึงถึง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งเที่ยวอย่างน้อย 4 ประการ คือ

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นการประเมินความต้องการในประเภทและการ บริการการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งย่อมมีจุดดึงดูด นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติจะสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดีกว่าชาวต่างประเทศ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถาน โบราณวัตถุสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ สามารถใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี เป็นต้น

2. ความสามารถในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวความสามารถด้านนี้มีขึ้นอยู่กับ ปัจจุบันสำคัญประการหนึ่ง คือ การกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายหรือค่าบริการที่ สมเหตุสมผลการตั้งค่าธรรมเนียมการใช้หรือบริการที่สูงจะทำให้นักท่องเที่ยวหันไปสนใจแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นที่มีอัตราค่าบริการต่ำกว่าก็ได้ เป็นต้น

3. ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใดที่ตั้งอยู่ไกลเกินไป ถึงแม้ การคมนาคมจะสะดวก หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้แต่มีความยากลำบากในการเข้าถึงย่อมมี ส่วนทำให้ผู้ท่องเที่ยวที่นิยมการผจญภัยหรือต้องการความท้าทาย

4. ความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ สามารถพิจารณาออกเป็น 3 ประเด็น คือ
1) ความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการ พัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามความประสงค์ 2) ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม คือ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละลักษณะจะมี ข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป และ 3) ความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศ คือ สภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติในแต่ละบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยาที่เกิด จากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะการพัฒนาสถานที่ใดให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวอาจต้องมีการสูญเสียทรัพยากรบ้างไม่มากนักน้อย แต่ก็ต้องมีการคุ้มค้ำกับการพัฒนาให้เป็น แหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ชัดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ยังมีปัจจัยที่ควรคำนึงถึงอย่าง น้อย 3 ประการ หรือ 3 M's ได้แก่

1. Minimum คือ การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดที่ควรมีจำนวนเท่าใด ซึ่งการ กำหนดเช่นนี้จะเหมาะกับการท่องเที่ยวบางประเภทที่รับนักท่องเที่ยวมากไม่ได้

2. Mid-Tourism เป็นการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย ซึ่งอยู่ในระดับกลาง ๆ ของขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3. Mass – Tourism ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีไม่เท่ากัน จึงต้องควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะเข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับจัดการที่ดีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย (สุดาพร วรพล, 2538)

ทั้งนี้ แนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเจริญเติบโต ไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสังคมมากเกินไป มีนักวิชาการเสนอไว้หลายแนวทาง ดังนี้

1. แนวทางที่อิงสิ่งแวดล้อม (An Environmentally Based Perspective) เสนอว่าการจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยให้มีการกำหนดสถานะของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าปรารถนาไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้เป็นเกณฑ์สำหรับประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยว

2. แนวทางที่อิงการตลาด (A Market-Driven Approach) เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่ไม่สามารถรองรับได้ จะส่งผลให้ความปรารถนาของนักท่องเที่ยวมีความต้องการอุปสงค์ทางการตลาดที่ลดลง จึงต้องมีมาตรการเพื่อนำมาแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าวไว้ อาจจะเป็นรูปแบบของการขยายการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว หรือการจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยวลงก็ได้

3. แนวทางที่อิงชุมชน (A Community-Based Perspective) มุ่งเน้นที่ความสามารถรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนก่อนที่ชุมชนบริเวณดังกล่าวจะรู้สึกถึงผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น การจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตามแนวทางนี้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างความเห็นพ้องกันระหว่างทุกฝ่ายในชุมชน เช่น ผู้อาศัย หน่วยราชการ และเอกชน เพื่อกำหนดสถานะที่พึงปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยว และวิธีการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน

4. สามารถกำหนดและดำเนินกลยุทธ์การจัดการ เพื่อควบคุมอัตราและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวได้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งสภาพที่พึงปรารถนาไว้

การจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ นอกเหนือจากทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยวแล้ว การจัดการท่องเที่ยวควรมีการวางแผน นโยบายที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ โครงการการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบัน

ดำรงราชานุภาพ (2541) ได้เสนอถึงหลักการบริหารและจัดการท่องเที่ยวโดยเสนอบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนไว้ดังนี้

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้งกิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินรายการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น
2. องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น สภาตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการองค์กรประชาชนอื่น ๆ
3. ธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมและรัฐ มีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกัน
4. ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

2.5 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler (1994 อ้างใน สงกรานต์ ศรีจันทร์, 2546) ได้ให้ความหมายของ Marketing Mix ที่ค่อนข้างครอบคลุมว่า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ใช้กันอยู่อย่างแพร่หลาย (อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, 2541 อ้างใน สงกรานต์ ศรีจันทร์, 2546: 25)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง อะไรก็ได้ที่ผู้บริโภคต้องการใช้หรืออาจจะต้องการใช้เพื่อสนองความต้องการของเขา เพียงแต่แตกต่างกันตามลักษณะของผู้บริโภค กาลเวลา ตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งโดยปกติอาจจะมองได้ในลักษณะของสิ่งต่อไปนี้

- ปริมาณ
- คุณภาพ
- ลักษณะการบริการ
- รูปลักษณ์
- การบรรจุหีบห่อ
- การจัดกลุ่มสินค้า / ประเภทผลิตภัณฑ์

ในมิติของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่ง โดยนักท่องเที่ยวข้างต้น ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับประเด็นต่าง ๆ มากมาย ทั้งชุมชน แหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนสิ่งอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Availability and Amenity) การเข้าถึง (Accessibility)

สิ่งที่กล่าวมาในฐานะเป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าว จำเป็นต้องมีคุณภาพในด้านต่าง ๆ ตามระดับเกณฑ์มาตรฐานสากล ถ้ากำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวระดับสากลหรือตามระดับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Acceptable Criteria) ถ้ากำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น หรือตามฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชนและการธุรกิจ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

2. ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดราคาที่เหมาะสมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในมิติของการท่องเที่ยวนี้จำเป็นต้องพิจารณาถึง ราคาของสินค้า ทั้งประเภทรูปธรรมและนามธรรม ที่เป็นการบริการ ภาพลักษณ์ต่าง ๆ และระบบคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าวมาแล้ว โดยปกติการกำหนดราคาอาจจำเป็นต้องพิจารณาในประเด็นของต้นทุน ภาษี ความเสี่ยง กำไร ทั้งนี้ต้นทุนควรรวมถึงค่าวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าสินค้าที่เกี่ยวข้อง ค่าขนส่ง การติดต่อสื่อสาร ค่าอาคารสถานที่ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องด้วย แต่ทั้งนี้การกำหนดราคาที่เหมาะสมยังคงต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งภาวะการแข่งขันในตลาดภายในและภายนอกด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการกำหนดช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือการทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทราบและรู้จักคุณค่าของผลิตภัณฑ์จนเกิดความสนใจ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่ใช้กันอยู่ทั่ว ๆ ไป (Conventional Channel) เช่น การใช้สื่อสารมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณา ติดเครื่องบิน รถยนต์ เรือ ผนังตึก ป้าย (Billboard) สื่อบุคคล และจดหมาย เป็นต้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนาช่องทางที่ทันสมัยมากขึ้น (Modern Channel) ได้แก่ การใช้ E-Commerce ระบบ Website E-mail การผสมผสานระหว่าง Website กับ โทรศัพท์มือถือ ระบบโทรทัศน์ และวิดีโอ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และภาวะลงทุนของแต่ละช่องทาง และวิธีการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่าย และตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix)

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (Non -Personal) โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์

4.2 การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรง แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และประสิทธิภาพของผู้ขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

4.4.1 การให้ข่าว (Publicity) การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า/บริการ แบบไม่ใช้บุคคล

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กรเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

ฉะนั้นการกำหนดแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวยุคใหม่จึงควรพิจารณาถึง ปัจจัยต่อไปนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญ

1. กลุ่มเป้าหมายตามคุณลักษณะเฉพาะ
2. แหล่งข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย
3. แหล่งจัดการแผนการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย
4. การกำหนดยุทธวิธีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือการดึงความสนใจ จากกลุ่มเป้าหมาย เข้าหาแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริม

5. การดึงดูความสนใจและการสร้างคุณค่าแก่แหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งด้านความไว้วางใจ คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม ความปลอดภัย การเรียนรู้ และความเพลิดเพลิน

นอกจากนี้ วรรณภา ศิลปะอาษา (2547) วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงจากเทคนิคการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย STP ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า บริการและแนวคิดที่ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การบริการของโรงแรม สินค้า OTOP เป็นต้น

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว และตามอุปสงค์หรือพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการและวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปถึงนักท่องเที่ยว โดยธุรกิจอาจเลือกจำหน่ายเอง หรือผ่านตัวแทนจำหน่าย (agent) ต่าง ๆ นอกจากนี้หลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจเรือสำราญ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ฯลฯ นิยมใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในช่องทางจัดจำหน่าย เช่น ระบบสำรองผ่าน คอมพิวเตอร์ (CRS) การจำหน่ายตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Ticketing) เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ โดยนิยมใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว หรือ ผ่านทางเว็บไซต์การท่องเที่ยว ปัจจุบันนิยมการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการตลาดเพื่อสังคมและความยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่มีความรู้ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

6. สภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคาร สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ฯลฯ รวมถึงการตกแต่งภายในและบรรยากาศ เช่น การออกแบบและตกแต่งโรงแรมให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

7. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) หมายถึง กระบวนการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะศึกษาข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รายการนำเที่ยวก่อนการตัดสินใจซื้อแต่บางกลุ่มอาจไม่มีการวางแผนในเรื่องดังกล่าวมาก่อน เมื่อมีเวลาว่างก็เดินทางท่องเที่ยวเลย

8. การจัดองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การนำองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมารวมกันอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายไปท่องเที่ยวยุโรป 5 ประเทศ 7 วัน การกำหนดราคามักจะรวมค่าใช้จ่ายหลักที่จำเป็นไว้แล้ว เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่าประกันภัย เป็นต้น ทำให้ นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบแพคเกจทัวร์ได้เป็นอย่างดี

9. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) หมายถึง การทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิต ผู้ขาย ฯลฯ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสวนสมุนไพรสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มีความสำคัญยิ่ง ในการจัดการ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เป็นกระบวนการสำคัญอันนำมาซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก สร้างความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญในการจัดการด้านการตลาดที่ดีจะสร้างรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวและภายในชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นรายได้ที่ต่อเนื่อง และมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินตนา แสนวนงค์ (2542) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตทหารกรณีศึกษา กองพลรบพิเศษที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวในกองพลรบพิเศษที่ 2 มีลักษณะของการท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่แพร่หลายและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและต้องการกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทหาร กองพลรบที่ 2 แต่พบปัญหา คือ มีการบุกรุกทำลายพื้นที่ป่า ที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าเชิงนิเวศ การอ่อนด้อยด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ขาดป้ายสื่อความหมายธรรมชาติ และความปลอดภัยในเส้นทางเดินป่า

ทัศนดา บุญปัญญาโรจน์ (2545) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววนอุทยาน ภูชี้ฟ้าตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า ตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้ามีความพร้อมในองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3 ประการคือ 1) มีสิ่งดึงดูดใจ 2) มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง 3) มีสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพื้นที่วนอุทยานภูชี้ฟ้าและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งสองเรื่อง ในส่วนของปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้าในมุมมองของนักท่องเที่ยวพบว่า การบริการข้อมูลข่าวสารข้อมูลยังขาดข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ป้ายสัญลักษณ์ยังขาดความชัดเจน และขาดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวยังขาดความเป็นธรรมชาติ ที่พักและร้านอาหาร

ไม่เพียงพอในบางฤดูกาล รวมทั้งไม่มีสินค้าที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของวนอุทยานภูชี้ฟ้า อีกทั้งขาดเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว น้ำใช้ ห้องน้ำ และจำนวนถังขยะสาธารณะไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมและขาคมนุชย์สัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับข้อจำกัดของงบประมาณ บุคลากรไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาล ด้านพื้นที่ไม่สามารถจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจในระบบบริหารจัดการของวนอุทยานภูชี้ฟ้า นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่เคารพกฎระเบียบ และผู้ประกอบการฉกฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าในช่วงฤดูกาล

วัฒนาพร สุญาษา (2545) ศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวคอยดุง จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่า สภาพแหล่งท่องเที่ยวคอยดุงมีความพร้อมและสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวคอยดุงมีความรู้ด้านพื้นที่คอยดุง ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการปรับปรุงในด้านการให้ความรู้และการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น

นิฐริน ไล่พันธ์ (2544) ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่าอุทยานแห่งชาติภูจองนายอยมีศักยภาพด้านพื้นที่ธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสูงเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งแวดล้อมศึกษามีศักยภาพปานกลาง และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพต่ำ และนำข้อมูล จากการศึกษาระดับศักยภาพมาเสนอแนวทางในการพัฒนาอุทยานแห่งชาติภูจองนายอยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 6 ด้าน คือ ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม, ด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก, ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น, ด้านการส่งเสริมการตลาดและการนำเที่ยว, ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริการ และด้านการส่งเสริมการลงทุน

สงกรานต์ ศรีจันทร์ (2546 อ้างใน อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, 2548) ศึกษาการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพัฒนา โดยใช้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นกรณีศึกษา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ศูนย์ดังกล่าวมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาได้ เพื่อเน้นการถ่ายทอดประสบการณ์และการเรียนรู้จากการพัฒนา การใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพให้แก่สาธารณชน ซึ่งในการพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการทรัพยากรแห่งนี้ ให้เป็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงพัฒนา ควรให้ชุมชนโดยรอบเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน วางโครงการดำเนินงาน และติดตามประเมินผล โดยใช้ความพร้อมของพื้นที่ศูนย์ฯ ให้เป็น ประโยชน์ในการทำแผนธุรกิจ แต่ไม่มุ่งหวังกำไรเกินควร ความพร้อมดังกล่าวประกอบด้วย ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activity) และความปลอดภัยทั้งนี้ควรสอดคล้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) เสนอไว้คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ที่เน้นประเภทธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ ที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มิให้ถูกทำลายจนเกินศักยภาพที่จะฟื้นได้ตามธรรมชาติ
3. องค์ประกอบด้านกระบวนการและกิจกรรมที่เน้นนักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้ ได้ประสบการณ์ ความประทับใจและเกิดความสำนึกที่เหมาะสมและถูกต้องในการท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของกิจการและแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการได้รับ ประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสม

จากแนวพระราชดำริ และความสมบูรณ์ของที่ดิน 8,500 ไร่ ของศูนย์ศึกษาพัฒนา ห้วยฮ่องไคร้ แผนการใช้ประโยชน์ของที่ดินกำหนดไว้ 5 ประเภทสำหรับเป็นพื้นที่พัฒนาป่าไม้ ด้วยน้ำฝน พัฒนาป่าไม้ด้วยระบบน้ำชลประทาน พัฒนาการเกษตร ปศุสัตว์ พื้นที่อ่างเก็บน้ำ และพัฒนาการประมง การที่จะให้ศูนย์ฯ แห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น น่าจะให้เป็นไปตาม พระราชดำริและพระราชปราชญ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในการพัฒนาศูนย์ฯ ให้เป็น “พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพัฒนา”

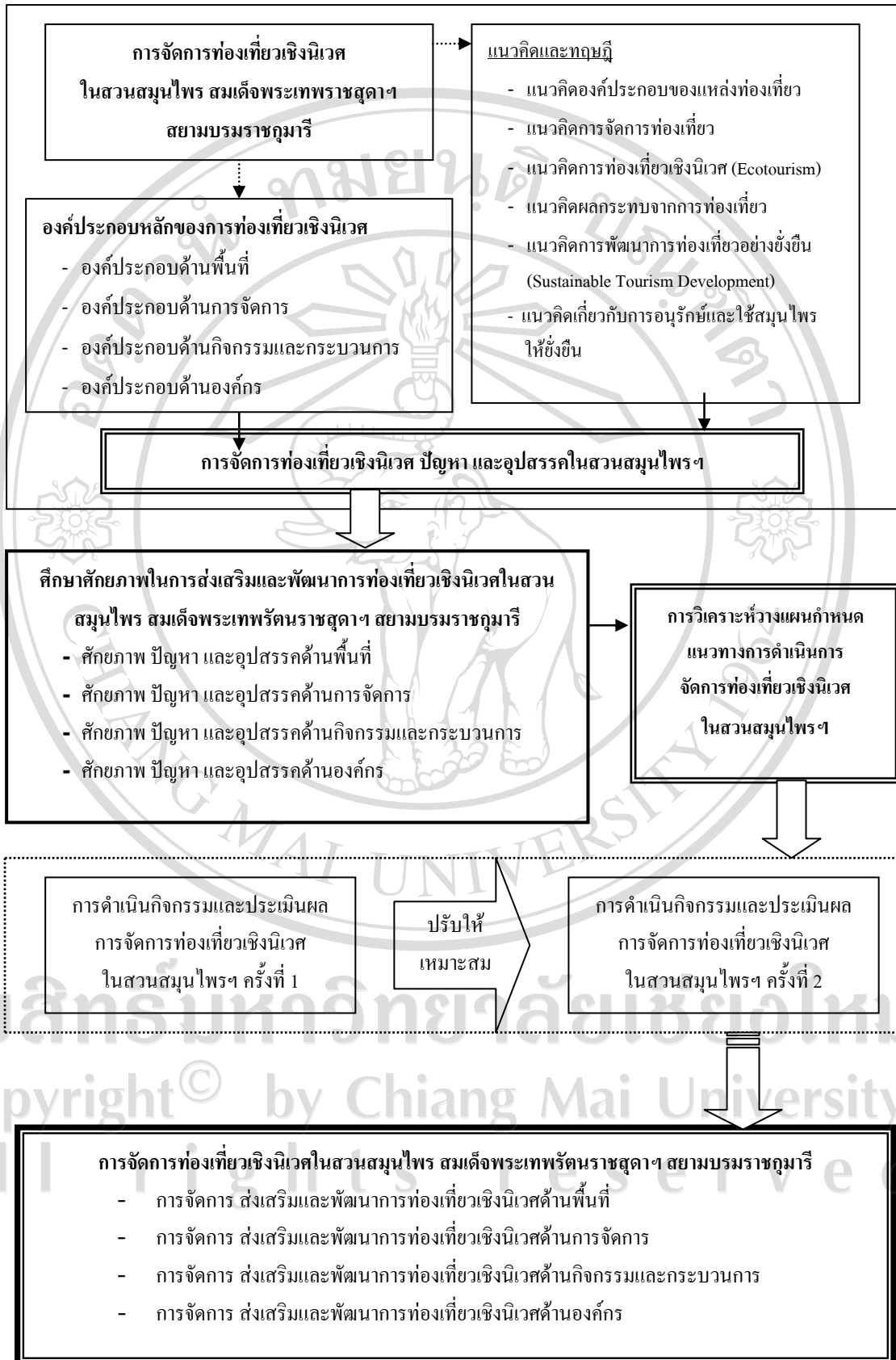
สยามล ชัยรัตน์อุดมกุล (2544) ศึกษาในเรื่องความเข้าใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทย : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ แตกต่างกันกับความรู้ความเข้าใจและมีจิตสำนึกในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจและมีจิตสำนึกในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ระดับสูง ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการเดินทาง สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีแนวโน้มความนิยมเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นับว่าเป็นเรื่องดี ที่นักท่องเที่ยว จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แต่ต้องพัฒนา 3 องค์ประกอบ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ให้สอดคล้องและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งระบบ โดยเฉพาะ

นักท่องเที่ยวนอกจากความรู้ ความเข้าใจและจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ใส่ใจ เรื่องการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ก็สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ ภาครัฐควรปลูกฝังจิตสำนึกให้กับประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เพ็ญศรี เจริญวานิช และ นิติพล ภูตะโชติ (2541) ศึกษาการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย และอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ทัศนคติ และความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมไปถึงโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม วิธีการที่เหมาะสมต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแม้จะไม่ทราบความหมายที่ชัดเจน แต่ให้ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่ และพบว่าโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด 5 จังหวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ที่เหมาะสมที่จะพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ยังเป็นเขตที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมที่เหมาะสม คือ เที่ยวงานประเพณีต่าง ๆ และมีแนวโน้มในอนาคตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะดี ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำ นักท่องเที่ยวและขาดการดูแลเอาใจใส่จากรัฐบาล

2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้วางกรอบแนวคิดในการศึกษาในด้านบริบท และสถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่สวนสมุนไพรมสมเด็จพระรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ศึกษาการจัดการท่องเที่ยว ว่ามีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนหรือไม่ อย่างไร และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมในพื้นที่ และนำไปกำหนดเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสวนสมุนไพรมเด็จพระรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีต่อไป สามารถแสดงเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้



ลิขสิทธิ์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved