

## การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### Community Based Tourism Management

ณัฐพัชร มณีโรจน์\*

#### บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงรากเหง้าของชุมชนเน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุกๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

**คำสำคัญ:** การจัดการ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน

\*อาจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## Abstract

Community-based tourism is tourism that is managed by the community for the benefit of the community. Using tourism activities to build partnerships and relationships between hosts and guests by the collaborative tourism activities that may lead to learning, deep understanding about the community root, focusing on sustainable and environment friendly. Building the balance point between tourism resources, social culture and the way of life of community members. Including better quality of life for community members. It also provides the learning and valuable experience for the guests. Managing the community-based tourism including planning, organizing, leading, coordinating and controlling in all processes with focus on the participation of community members, co-planning, co-decision making, co-developing, joint doing, profit sharing and evaluation sharing.

**Keywords:** Management, Tourism, Community Based Tourism

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง ปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวสร้างรายได้ จำนวน 2.23 ล้านล้านบาท ซึ่งเกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 30,000 ล้านบาท (กรมท่องเที่ยว, 2559) โดย ปี พ.ศ.2558 มีเป้าหมายเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้ประเทศ จำนวน 2.2 ล้านบาท มุ่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ โดยรัฐบาลประกาศให้ ปี พ.ศ. 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยใช้สื่อ Social Media ต่างๆ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ปรับระบบการให้บริการ และอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว และเร่งพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักเมืองรอง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เจ้าบ้านน้อย รวมถึงร่วมมือกับภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน (MRA) (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2557)

การท่องเที่ยวบรรลุเป้าหมายของการสร้างรายได้ แต่ในบางพื้นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ไม่ใช่คนในชุมชนที่นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และ วัฒนธรรมของชุมชน โดยชุมชนไม่ได้รับประโยชน์ทางตรงกันข้ามชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดจาก การท่องเที่ยว เช่น ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งขยะ เป็นต้น ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในระดับโลก และ ระดับประเทศ ปี พ.ศ. 2535 มีการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (Rio/ Earth Summit) วันที่ 14 มิถุนายน 2535 ณ นครริโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล มีประเด็นต่อ การพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพในระดับท้องถิ่น และระดับโลก 2) การตลาดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เน้นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติจริงใน แหล่งท่องเที่ยว และ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเน้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจาก ประชาชน หรือ ชุมชนในท้องถิ่น (อรลัษชา ศิวรักษ์ และคณะ, 2559)

การจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วม ปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์ เพื่อให้ชุมชนเป็นผู้รับประโยชน์สูงสุดที่เกิดจาก การท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างชาวบ้านในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และส่งเสริมความ เข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้าน สิ่งแวดล้อม เป็นการเรียนรู้ และร่วมมือกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรในท้องถิ่น รวมถึง การป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสังคม และวัฒนธรรม เป็นการจัดการ ท่องเที่ยวที่ส่งเสริม และสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้มาเยือนที่มีความแตกต่างทาง วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงรูปแบบความเป็นอยู่ เพื่อการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตในแหล่งที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน และ 3) ด้านเศรษฐกิจชุมชน มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม สร้างงาน สร้างรายได้กับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (วีระพล ทองมา, 2559) ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยว ต้องตระหนักถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity: CC) ของพื้นที่ โดยการจัดการท่องเที่ยวลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ เรียกว่า “การท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมของ

ประชาชนที่ยั่งยืนโดยมีชุมชนเป็นฐาน (Community Based Sustainable Tourism: CBST) และต่อมาสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน เรียกว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นานาชาติให้การยอมรับว่า เป็นเครื่องมือในการพัฒนาด้านและชุมชน ทั้งในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรม สืบทอด เผยแพร่ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้คนในชุมชนกับผู้มาเยือน สร้างการรับรู้ ความผูกพันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน

### ความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย หรือหากเกิดขึ้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ดังนั้นเพื่อให้สมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560; สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2560) ดังนี้

1. เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน
2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมกับกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นๆ ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้
3. คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการท่องเที่ยว เช่น เกิดรายได้เสริมจากการทำการท่องเที่ยวในชุมชน โครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของการเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญาขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณชน
5. สร้างการตระหนักรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และวัยรุ่นให้เห็นคุณค่าของการฟื้นฟู รักษา สืบทอด และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ และสืบทอดไปรุ่นต่อรุ่น

6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน หรือ กลุ่มต่างๆ ในชุมชน มีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน รวมถึงเจ้าของภูมิปัญญา หรือ ความรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนเองออกมาถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มีความสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

นอกจากประโยชน์ของการท่องเที่ยวแล้ว อีกมุมหนึ่งการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เมื่อการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อชุมชนจึงมีความจำเป็นที่ชุมชนจะต้องรวมตัวกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ช่วยกันคิดวางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึงร่วมกันสร้างกฎ กติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกาของชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของชุมชน เพื่อเป็นการป้องปรามไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกินความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้

#### การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนานุกรมและสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องราวของการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน (วิระพล ทองมา, 2558; เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้ประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะย้อนคืนมาสู่ชุมชน และท้องถิ่น (ดร.รชนี เอมพันธุ์, 2550) ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชน สืบทอดรุ่นต่อรุ่น บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน

### องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนตามนิยาม คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว พจนานา สวนศรี และสมภพ ยี่จ้อหอ (2556) อธิบายว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1996) มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยผู้เขียนจึงนำ 2 แนวคิดมาประยุกต์ และพัฒนาเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผสมกับคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชน คือ เป็นเครื่องมือของการพัฒนาชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนร่วมกับคนในชุมชน มี 8 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ทูทางสังคม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ วิธีการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การดำรงอยู่ด้วยการพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน รวมถึงการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เสริมพลังทางวัฒนธรรม บ้านทึก ฟันฟู สืบสาน ตลอดจนสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นกับเจ้าของภูมิปัญญาและชุมชน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (More Participate than Observe) โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญา หรือแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hand on Experience) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

3. องค์กรชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา จัดตั้งกลุ่มในชุมชนที่เข้มแข็ง ประสานงานกันอย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจอันดีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านทึกหรือจัดทำฐานข้อมูลของครภูมิปัญญา ประชาชนชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ หลากหลาย เช่น สถานที่ วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพต่างๆ และยินดีที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือสิ่งต่างๆ ที่เป็นรากเหง้าของตนเอง ตลอดจนมีความพร้อมใจกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมแบบร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมิณผล และร่วมรับผลประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ และรับผิดชอบต่อรวมกันในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความรู้สึกร่วมกันในการเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชนซึ่งสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมได้รับผลกระทบทางบวก และทางลบ ทั้งทางตรง และอ้อม

5. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งต่างๆ มีไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกสบาย ได้แก่ บริการขนส่ง และการเดินทาง หอพัก ร้านอาหาร ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน (Homestay) ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายที่ระลึก รวมถึงข่าวสารข้อมูลท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว

6. การจัดการอย่างยั่งยืน การบริหารการท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วย (1) การวางแผนการท่องเที่ยวกำหนดเป้าหมาย/แผนงาน (2) การจัดสรรงาน ทรัพยากร และกำหนดความสัมพันธ์ของงานต่างๆ เพื่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวจัดทำโครงสร้างชุมชน กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงาน ระบุขอบเขตหน้าที่ และจัดคนเข้ารับผิดชอบงาน (3) การกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ และ (4) การควบคุมเป็นการติดตาม ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง ประเมิณผลเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงการกำหนดกฎ กติกาในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างกลไกในการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข จัดสรรผลประโยชน์กระจายสู่สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม กำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม และจัดสรรเงินจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาชุมชน รวมถึงความยั่งยืนในมิติของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ (1) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจชุมชน และท้องถิ่น (2) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมต่อชุมชน และนักท่องเที่ยว และ (3) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ รวมถึงการท่องเที่ยวต้องช่วยบันทึก อนุรักษ์ ปีนฟู วัฒนธรรม รวมถึงการสืบทอด เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของชุมชน

7. สร้างการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับสมาชิกในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือ สมาชิกในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มาเยือน รวมถึงการสร้างการตระหนักรู้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

และระบบนิเวศ รวมถึงการส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟู สืบทอดประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทั้งในส่วนของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว

8. พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน การท่องเที่ยวต้องสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ได้แก่ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว รายได้จากสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว บ้านเรือน และแหล่งท่องเที่ยวสะอาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกในชุมชนก็ได้รับประโยชน์ไปด้วย

### แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การเตรียมความพร้อมของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน วางแผนดำเนินการ ดำเนินการ และประเมินผลกิจกรรมโครงการฯ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าจากการท่องเที่ยว เรียนรู้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ผู้เขียนได้พัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากการสังเคราะห์งานวิจัยของ วีระพล ทองมา (2559); อรลัษชา ศิวรักษ์ และคณะ (2559); พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557); อาทิตย์ โชติวิริยวาณิชย์ ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มงูร (2556); ปวีรบรรต สมนึก (2555) โดยนำข้อค้นพบมาสังเคราะห์ และกำหนดเป็น 12 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

### ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอน	กิจกรรม
1. ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น	การสำรวจ หรือ ประเมินศักยภาพเบื้องต้น ชุมชนอาจจะเป็นผู้ดำเนินการเอง หรือ ขอให้ผู้เชี่ยวชาญนอกพื้นที่มาเป็นผู้ร่วมประเมิน โดยพิจารณาในประเด็น การเข้าถึงชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในชุมชน และพื้นที่เชื่อมโยงโดยรอบของชุมชน ความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สรรพลักษณะกายภาพของพื้นที่ และพื้นที่เชื่อมโยง การเข้าถึง และเส้นทางท่องเที่ยว หรือ อาจจะนำองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1996) มาพิจารณาที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก นำมาประเมินผลเบื้องต้น ความเป็นไปได้จึงดำเนินการขั้นต่อไป





### ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
2. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม	นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงบวก และเชิงลบ โดยนำเสนอต่อการจัดการท่องเที่ยวและให้ข้อมูล ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ ผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการ เจ้าของภูมิปัญญาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สมาชิก ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน สมาชิกในชุมชน และกลุ่มผู้สนใจ เป็นขั้นตอนแรกของการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยว
3. ศึกษาศักยภาพชุมชน และความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว	เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน ผู้นำทั้งเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เจ้าของภูมิปัญญา ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน สมาชิกในชุมชน กลุ่มสมาชิกกลุ่มต่างๆ ร่วมกันสำรวจและศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างละเอียด โดยใช้เกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) เป็นแนวทางในการสำรวจและศึกษาศักยภาพ รวมถึงบันทึกลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนและพื้นที่เชื่อมโยง ศึกษาระวัติศาสตร์ชุมชน เรื่องเล่า ตำนาน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม กลุ่มต่างๆ ที่มีบทบาทในชุมชนและประเพณีของชุมชน ศึกษาคือความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. วิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษาศักยภาพร่วมกัน	นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการลงพื้นที่ คำบอกเล่า และการสังเกตมาวิเคราะห์ศักยภาพ โดยใช้ SWOT Analysis วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้เห็นศักยภาพของชุมชน ร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรค โดยใช้เทคนิค TOWS Matrix กำหนดแนวทางการพัฒนาหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน จำแนกเป็น 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)
5. พัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว	นำผลของการศึกษาศักยภาพมาดำเนินการในแต่ละประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน การพัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น การส่งเสริมวัฒนธรรม รักษาสิ่งแวดล้อม การบริการ และความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรบุคคล และด้านอื่นๆ ที่พบจากการศึกษา ด้านใดมีคะแนนน้อยพัฒนาด้านนั้นให้สมบูรณ์ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

### ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
6. กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่างๆ ใน การจัดการท่องเที่ยว	กำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวในช่วงเวลาระยะกลางถึงระยะยาว กำหนดขอบเขต ที่ชุมชนจะดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของชุมชน โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจต้อง กำหนดตามความพร้อม และความเป็นไปได้ตามศักยภาพของชุมชน
7. กำหนดรูปแบบ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว	จัดตั้งองค์กรกลางในชุมชนเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำนวยความสะดวก และประสานงานระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มสมาชิกที่จัดการ ท่องเที่ยว บางครั้งอาจจะเป็นกลุ่มหรือหน่วยงานที่มีอยู่ แต่อาจจะกำหนดบทบาทและ หน้าที่ในการจัดการท่องเที่ยวเพิ่มเติม มีบทบาทในการบริหารการท่องเที่ยว เริ่มต้น สมาชิกในชุมชนเข้ามาร่วมกันกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมกิจกรรมการ ท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ การจัดสรรผลประโยชน์สู่ชาวบ้านและชุมชน โดยทุกๆ ขั้นตอนต้องมีความชัดเจน โปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงการออกกฎ กติกา เพื่อเป็น แนวทางในการปฏิบัติของสมาชิกในชุมชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นแนวทาง ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์
8. จัดทำโปรแกรม เส้นทาง และกิจกรรม การท่องเที่ยวภายใน ชุมชน	นำเสนอโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเอง เน้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวได้ เพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของภูมิปัญญากับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยคำนึงถึงจำนวนวันของ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมตามช่วงวัย และความสนใจของ นักท่องเที่ยว โดยการออกแบบโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่บนพื้นฐานของการ อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบต่อวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ของชุมชน รวมถึงการเป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ
9. ทดลอง และ ประเมินผล โปรแกรม เส้นทาง และกิจกรรม การท่องเที่ยวในชุมชน	ทดสอบความพร้อมการจัดการท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน โดยการทดสอบอาจใช้กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อทดสอบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เมื่อทดสอบเสร็จสิ้นก็จัดเวทีสะท้อนผลของการจัดการท่องเที่ยวในมิติ ต่างๆ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การต้อนรับขับสู้ และ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว การเข้าถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ ประสานงานการท่องเที่ยว บุคคลที่ทำหน้าที่ผู้ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณค่าของการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเสียไป นอกจาก นักท่องเที่ยวแล้วควรมีผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจากภายนอก สมาชิกในชุมชน และบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อนำความคิดเห็น ข้อเสนอต่างๆ มาพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

### ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
10. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งระบบ	นำข้อเสนอแนะจากการทดลองท่องเที่ยวมาพัฒนา ข้อเสนอแนะขั้นนี้เป็นขั้นการพัฒนาทั้งระบบเพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดบริการอย่างเป็นทางการ โดยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในส่วนบริการต่างๆ ในชุมชนให้มีทักษะเป็นมืออาชีพ มีจิตใจใฝ่บริการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ฝึกฝนให้สมาชิกที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวโดยตรงให้มีความรู้ลึก รู้รอบและรู้จริงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ประเพณี ภูมิปัญญาต่างๆ การทัศนศึกษาในชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีบริบทคล้ายๆ กัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์ รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนไปในตัว
11. จัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด และการสื่อความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำเสนอความเป็นตัวตนของท้องถิ่น โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว ของดีในท้องถิ่น และทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เสนอออกสู่ตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ ส่วนการเตรียมตัวของคนในชุมชน คือ การบันทึก และประวัติศาสตร์ของชุมชนอย่างภาคภูมิใจ เพื่อนำมาเล่าให้นักท่องเที่ยวผ่านการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการแสดงออกทางกายภาพ เช่น ที่มาของการประดิษฐ์เครื่องใช้สอยในครัวเรือน ประวัติการประกอบอาหารท้องถิ่น การแต่งกายด้วยชุดประจำถิ่นในวันสำคัญ หรือวันใดวันหนึ่งที่ชุมชนเลือก หรือ ทุกวัน เป็นต้น รวมถึงการติดตั้งข้อมูลในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติ ความเป็นมา ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่น
12. การติดตาม และประเมินผล	การติดตาม และประเมินผลเป็นขั้นที่ต้องทำตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเป็น 2 ส่วน คือ 1) การประเมิน และสรุปผลการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวหลังการเสร็จกิจกรรมการท่องเที่ยวของทุกๆ กลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจจะทำในรูปแบบสัมภาษณ์ การพูดคุยแบบมีส่วนร่วม หรือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและนำผลที่ได้มาพัฒนาในครั้งต่อไป และ 2) การประเมินผลภาพรวมการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในภาพรวมอาจจะทำการประเมินทุกๆ 3 เดือน เพื่อตรวจสอบการจัดการท่องเที่ยว และนำผลที่ได้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวทุกๆ มิติ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความพร้อมเป็นแหล่งสร้างการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว

การเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มที่ทำความเข้าใจกับสมาชิกในชุมชนให้เห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว โดยการชี้แจง หรือการนำเสนอผู้นำเสนอต้องอธิบายในส่วนที่เป็นประโยชน์ และผลกระทบไปพร้อมกัน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้รับข้อมูลทั้งด้านบวก และผลกระทบ เมื่อสมาชิกในชุมชนมีความเห็นร่วมกันที่จะทำการท่องเที่ยว ขั้นต่อมา เป็นขั้นของการระดมความเห็น และขอความร่วมมือทุกภาคส่วนในชุมชน หรือสมาชิกในชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน ร่วมกันสร้างเครือข่าย ร่วมกันศึกษาศักยภาพของชุมชน และความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยว วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา นำผลการศึกษามาพัฒนาให้เกิดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบายของการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงกำหนดกฎ กติการ่วมกันในชุมชนเพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยว และเป็นแนวปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว ต่อมากำหนดรูปแบบการบริหารจัดการ โดยสมาชิกในชุมชนมีหน้าที่ในการบริหารจัดการทั้งหมด ร่วมกันจัดโปรแกรม กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวที่นำเสนอของดีในชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนบนพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่สร้างการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว เมื่อได้โปรแกรม กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวแล้ว ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องทดลองกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติงาน และนำมาปรับปรุงก่อนที่จะเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยว หลังจากการทดลอง และนำผลสะท้อนมาพัฒนาปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้ว จึงนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ นักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือทางการตลาด และการสื่อความหมายการท่องเที่ยว และกิจกรรม ท้ายสุด คือ การประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยประเมินผลรายกิจกรรม หลังที่ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน และการประเมินผล 3 เดือน หรือ 5 เดือน ตามแต่ชุมชน จะเห็นสมควร เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา และปรับปรุงการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

### การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนพัฒนาโดยสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ้อหอ, 2556) ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และเกณฑ์ประเมินให้รางวัลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยอดเยี่ยม และดีเด่นเป็น การเปรียบเทียบผลการประเมินก่อนการรับรอง และหลังการพัฒนาตามแนวทางมาตรฐาน 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริม

วัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริการ และความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว  
ชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวที่มีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ผู้เขียน  
เห็นว่าชุมชนสามารถนำไปเป็นแนวทางของการเตรียมความพร้อมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) รวมทั้งหมด 5 ด้าน 29 ข้อ และเกณฑ์ 176  
ข้อ มีดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 31 ข้อ  
รวม 6 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 1.1) ระบบการบริหารจัดการโดยชุมชนแบบบูรณาการ ทั้ง 8 ด้าน  
ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านสุขภาพอนามัย ด้านความปลอดภัย ด้านคน  
สังคม ผลประโยชน์ ด้านคุณภาพบริการ และด้านการตลาด 1.2) การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม  
และชุมชน 1.3) การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่ม และชุมชน 1.4) ระบบประเมินความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว และชุมชนที่ครอบคลุม 8 ด้าน 1.5) การปฏิบัติตาม  
กฎระเบียบของกลุ่มคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว และ 1.6) การตลาด และประชาสัมพันธ์อย่าง  
รับผิดชอบ

2. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคม และคุณภาพ  
ชีวิต มีประเด็นย่อย 12 ข้อ รวม 3 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 2.1) สนับสนุนการพัฒนาชุมชน 2.2)  
กระจายรายได้อย่างเป็นรูปธรรม และสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม และ 2.3) การให้เกียรติ  
ด้านสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

3. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มี  
ประเด็นย่อย 14 ข้อ รวม 4 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 3.1) กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูล และความรู้  
เกี่ยวกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในท้องถิ่น 3.2) มีการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต  
จากคนภายในสู่คนภายนอก และการถ่ายทอดภายในชุมชนด้วยตัวเอง 3.3) มีกฎ กติกา และ  
แนวทางปฏิบัติเพื่อการเคารพ และปกป้องวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น และให้เกียรติวัฒนธรรม  
ของแขกผู้มาเยือน

4. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่าง  
เป็นระบบ และยั่งยืน มีประเด็นย่อย 37 ข้อ รวม 9 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 4.1) กลุ่มท่องเที่ยวมี  
ฐานข้อมูลด้านทรัพยากร และการให้การศึกษ 4.2) มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึง  
การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 4.3) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ 4.4) การจัดการขยะชุมชน/ แหล่งท่องเที่ยว 4.5) การจัดการทรัพยากรน้ำ และน้ำเสีย 4.6) การจัดการด้านเสียงรบกวน 4.7) การจัดการด้านพลังงาน 4.8) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 4.9) อาคารสิ่งปลูกสร้าง

5. ด้านการบริการ และความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 82 ข้อ รวม 7 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย 5.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความชัดเจน ปลอดภัย มีความเหมาะสมกับสภาพชุมชน กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา 5.2) ที่พัก 5.3) ยานพาหนะ และการเดินทาง 5.4) นักสื่อความหมายท้องถิ่น 5.5) เจ้าของบ้าน 5.6) การติดต่อประสานงาน และ 5.7) ความปลอดภัย

แบบประเมินมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการเป็นการทดสอบความพร้อมใน 2 ระดับ คือ มีการดำเนินการ กับ ไม่มีการดำเนินการ ผู้ประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์ที่กำหนดเป็นสมาชิกในชุมชน เพื่อประเมินว่า สิ่งใดมีอยู่แล้ว สิ่งใดต้องพัฒนาต่อการรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการประเมินตนเองตามมาตรฐาน หรือ เกณฑ์ เป็นการตรวจสอบความพร้อมของการท่องเที่ยวในชุมชน มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคูณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมวัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริการ และความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เมื่อมีด้านใดมีคะแนนน้อยให้นำด้านนั้นมาวางแผนพัฒนาให้สมบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะดำเนินการในอนาคต

### การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การวางแผนการตลาดมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้นักท่องเที่ยวโดยเริ่มต้นจากการกำหนดคุณลักษณะ (Attributes) ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างจุดเด่น (Features) ให้กับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และทำจุดเด่นให้เป็นคุณประโยชน์ (Benefits) กิจกรรมการท่องเที่ยว และต้องไม่หยุดพัฒนา โดยมุ่งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value) ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว และคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป เมื่อลูกค้าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat Visitation) เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการการท่องเที่ยวในราคาที่สูงขึ้น (Willingness to Pay More)

การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps Marketing Mix) (Kotler, 2000) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน และสิ่งอื่นๆ โดยรวมเรียกว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนต้องเตรียมแหล่งท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ โดยมีเจ้าของภูมิปัญญาเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์จริงที่กระบวนการ หรือ บางส่วนของกระบวนการผลิต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross Culture Engagement) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

2. ราคา (Price) คุณค่าของผลิตภัณฑ์กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปตัวเงิน นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับรู้ (Perceived Value) ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวกับราคาของค่าบริการนั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคานั้นนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือ เดินทางกลับมาท่องเที่ยว หรือ บอกต่อกับบุคคลอื่นๆ การกำหนดราคาค่าบริการการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3. ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การเข้าถึงข้อมูลของการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โปรแกรมการท่องเที่ยว ภาพแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงมีสถานที่ศูนย์ประสานงาน หรือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวติดต่อเมื่อเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว โดยช่องทางการจัดจำหน่ายควรจัดทำเป็น 2 ระบบ คือ ระบบที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยอินเทอร์เน็ต และระบบข้อมูลการบริการในสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างกระตุ้นทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเป็นส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) เป็นการติดต่อสื่อสารด้วยการใช้บุคคลในการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้

บุคคล (Non Personal Selling) มีเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลากหลายประเภท หรือ อาจจะเลือกใช้การสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเครื่องมือส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย (1) การสื่อสารโดยใช้บุคคล เป็นการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยใช้พนักงานขายโปรแกรม และเส้นทางท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทำให้พนักงานผู้ให้บริการได้เรียนรู้ และศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการเล่าประสบการณ์ข้อมูลการท่องเที่ยวจากพนักงานไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง (2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการแจ้งข้อมูลการจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรมพิเศษขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการจดจำที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล จดจำแหล่งท่องเที่ยวได้ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้พบเห็น (3) การโฆษณา (Advertising) เป็นการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในการบริการท่องเที่ยวโดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง และป้ายโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การโฆษณาเน้นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้มากกว่าแบบอื่น (4) อุปกรณ์เครื่องมือแนะนำบริการ (Instructional Materials) เป็นการให้ข้อมูลจากชุมชนที่สร้างขึ้นเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือ บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวที่สนใจ โดยสามารถช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งได้ (5) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เร็วขึ้น เช่น มอบสิทธิพิเศษการท่องเที่ยวในวันแม่ นักท่องเที่ยวพาแม่มาจะคิดอัตราครึ่งหนึ่ง วันเกิดมอบห้องพักฟรีหนึ่งคืน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งที่สามลดครึ่งราคา เป็นต้น

5. บุคลากร (People) สมาชิกทุกคนในชุมชนล้วนเป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นผู้เล่าเรื่องราวต่างๆ ของชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วยการต้อนรับอย่างอบอุ่น ประคองต้อนรับญาติมิตร หรือเพื่อนที่กลับมาเยี่ยมบ้าน รวมถึงผู้นำชุมชน ครู ภูมิปัญญา ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผู้ประกอบอาชีพ หรือศาสตร์ต่างๆ ในชุมชนที่ต้องมาเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนในท้องถิ่นเพื่อรักษาไว้ไม่ให้สูญหายไปจากท้องถิ่น บุคลากรจึงมีความสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องทางอ้อมซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพบเจอเมื่อเดินทางเข้าไปในชุมชน ทุกคนในชุมชนต้องยินดีและเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะส่งต่อประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว



6. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการจัดการท่องเที่ยว กระบวนการบริการ การท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวต้องเป็นกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนต่อการใช้บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรก ระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการจัดการท่องเที่ยวที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อมอบบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ปฏิบัติตามได้สะดวก และง่ายทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

7. ภูมิทัศน์ หรือ สภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องเตรียมไว้แสดงเป็นรูปธรรม เพื่อความสะดวกของการท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถ ที่พักแรม ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน ร้านอาหาร ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายบอกทาง ข้อมูล หรือ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ป้ายแสดงประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละจุดเป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เป็นต้น สภาพทางกายภาพแสดงให้เห็นถึงรูปธรรมทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแต่งกาย ความสะอาดเรียบร้อย ความปลอดภัยของสถานที่ การพูดจาด้วยอัธยาศัยที่เป็นมิตร สุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือ ผลประโยชน์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งนำเสนอ ส่งเสริม และสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการวางแผนการตลาดที่คำนึงถึงความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจชุมชน มิติสังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน และมิติสิ่งแวดล้อม รวมถึงคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวควบคู่กันไปกับการวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เมื่อพัฒนาแล้ว และชุมชนมีความพร้อมที่จะให้บริการการท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่ต้องเปิดตัว และสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของชุมชนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และรับทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นำความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในอัตราค่าบริการที่เหมาะสม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงจัดทำเอกสารเรื่องราวของชุมชนผ่านป้ายสื่อความหมายติดตามสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ เช่น มีส่วนลดทางการท่องเที่ยว แคมป์พักในเทศกาลวันแม่ วันครอบครัว เป็นต้น การพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความรู้ ความ

เชี่ยวชาญในประวัติศาสตร์ของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีอัธยาศัยที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตใจใฝ่บริการ พร้อมนี้ ชุมชนต้องจัดเตรียมภูมิทัศน์ และลักษณะทางกายภาพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย โปร่ง ดุสอาดตา และรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางท่องเที่ยว มีโครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวก เช่น ถนน เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน การบริการการขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสาร และโทรคมนาคม หอน้ำสาธารณะ เป็นต้น โดยกระบวนการทั้งหมดของการบริการท่องเที่ยวต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก มีความสะดวกต่อการรับบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

### การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Zhang, Song and Huang (2009) อธิบายว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เป็นเครือข่ายของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรม และผลิตภัณฑการท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Tapper and Xavier (2004) ได้นำเสนอความเชื่อมโยงของธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การขนส่ง (Transport) ที่พัก (Accommodation) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ลูกค้า (Customers) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) การจัดการนำเที่ยว (Tour Operating) การจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม (Catering, food and Beverages) ธุรกิจซักรีด (Laundry) การผลิตอาหาร (Food Production) การกำจัดของเสีย และนำกลับมาใช้ใหม่ (Waste Recycling and Disposal) ระบบไฟฟ้า และน้ำประปา (Energy and Water Supplies) โครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว (Infrastructure, Services and Resources of Destinations) เฟอร์นิเจอร์ และงานฝีมือ (Furniture and Crafts) วัฒนธรรม เหตุการณ์ทางสังคม และกีฬา (Cultural, Social and Sports Events) การเดินทางระยะสั้น และสิ่งดึงดูดใจ (Excursions and Attractions) การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground Transport) และดำเนินการภาคพื้นดิน (Ground Operations) จากคำนิยามเป็นการร่วมมือของเครือข่ายของบุคคล กลุ่มคน ชุมชน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐบาล และภาคเอกชนที่มีส่วนช่วยสนับสนุน และอำนวยความสะดวกต่อการให้บริการกับนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยไม่ได้ใช้บริการผู้ประกอบการนำเที่ยว กลุ่มที่สองเป็นนักท่องเที่ยวที่มอบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวจัดการเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวให้โดยมอบเงินเป็น

ค่าตอบแทนในการจัดการ 2) ตัวแทนกลาง (Intermediaries) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่จัดหาแหล่งบริการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการนำเที่ยว (Tour Operators) ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Travel Agents) 3) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service Providers) เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ ธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวโดยตรง และมีปฏิสัมพันธ์ทางตรงกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ให้บริการที่พักแรม ผู้ให้บริการร้านอาหาร ผู้ให้บริการนำเที่ยว ผู้ให้บริการร้านค้าต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ หรือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 4) ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว (Tourism Service Suppliers) เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ ธุรกิจที่สนับสนุนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผู้ส่งวัตถุดิบสินค้า และสินค้าประกอบการบริการ ผู้จำหน่ายเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ผู้ผลิต และจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น และ 5) โครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ (Infrastructure and Other Stakeholders) เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ระบบการขนส่ง และการเดินทาง ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสาร ระบบการจัดการขยะ และของเสียไม่ให้เกิดค้างในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น องค์กรบริหารส่วนปกครองท้องถิ่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะสมบูรณ์ได้นั้นต้องมีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในชุมชน และหน่วยงานภายนอกชุมชนที่ประสานงานกันอย่างสมบูรณ์แต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องซึ่งประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยว ตัวแทนกลาง ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดจะทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น พร้อมนำเสนอส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายขององค์กรด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญของความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการบริหาร การวางแผน และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายขององค์กรที่ทำงานการท่องเที่ยวภายในชุมชน และภายนอกชุมชนที่มีส่วนร่วม

ในสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยแต่ละห่วงโซ่จะทำงานประสานกันอย่างใกล้ชิด ได้แก่ ห่วงโซ่ของนักท่องเที่ยว ตัวแทนกลาง ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว และห่วงโซ่โครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดจะทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น พร้อมนำเสนอ ส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

### บทสรุป

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน ลักษณะการท่องเที่ยวมุ่งสร้างการปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้าน (Host) กับผู้มาเยือน (Guest) ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจถึงรากเหง้า (Authenticity) ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีปัจจัยหลายปัจจัยที่ประกอบเข้าด้วยกันแล้วทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) สมาชิกในชุมชนเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว (2) องค์กรประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) แนวทางการเตรียมการและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว (4) การพัฒนาให้การท่องเที่ยวอยู่ในมาตรฐาน เกณฑ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ การรับรองแหล่งท่องเที่ยว (5) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และ (6) การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยทั้ง 6 ปัจจัยนี้เป็นแนวทางของการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จ และยังประโยชน์ของการท่องเที่ยวให้ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวได้สมบูรณ์รูปแบบหนึ่งตามนิยามของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด และแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิตซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเป็น



ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม ได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับทรัพยากร วัฒนธรรมของพื้นที่ ส่วนในด้านของชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับผลตอบแทนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่คู่ชุมชนตลอดไป ด้วยการบันทึกองค์ความรู้ ฟื้นฟู รักษา สืบสาน ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา และสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น และประการสำคัญ คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของพัฒนาคน และพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

### บรรณานุกรม

- กรมท่องเที่ยว. 2559. **สรุปรายได้ และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2558**, สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559, เข้าถึงได้จาก [www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306](http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306)
- กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. 2557. **นโยบายด้านการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559. เข้าถึงได้จาก [www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots\\_web57/ewt\\_news.php?nid=5953](http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/ewt_news.php?nid=5953)
- ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์. 2550. **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ปวีรรต สมนึก. 2555. **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม**. วารสาร ศิลปศาสตร์. 8(1), 1-36.
- พจนาน สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. 2556. **คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. เชียงใหม่: พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. 2557. **การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา**. ฌบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. 7(3), 650-665.
- วีระพล ทองมา. 2559. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559, เข้าถึงได้จาก [www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc](http://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc)

- วรรณวิมล ภู่นาค. 2558. **ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**: กรณีศึกษาตลาดน้ำ อัมพวา. 26(1), 63-74.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. 2560. **ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก [www.cbt-i.or.th/?ge=show\\_pages&gen\\_lang=20112012094103#Wn291byWaM8](http://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#Wn291byWaM8)
- สินธุ์ สโรบล. 2546. **การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดประสบการณ์จากภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: โครงการประสานงานวิจัย และพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานจังหวัดกระบี่. 2560. **หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561, เข้าถึงได้จาก [www.krabi.go.th/krabi2015/m\\_file/lifetravel/25.pdf](http://www.krabi.go.th/krabi2015/m_file/lifetravel/25.pdf)
- อาทิตย์ โชติวิริยวาณิชย์ ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มงูร. 2556. **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนหลวงพุด-ท่านเลี่ยมเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร**. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 31(2), 47-57.
- อรลัชชา ศิวรักษ์, พงนา สวนศรี, ชรินทร์ อยู่เพชร, แก้วตา ม่วงเกษม, มาลินวิษา ศักดิ์ติยากร, วิริยะ เตชะรุ่งโรจน์, วิมลสิริ เหมทานนท์ และอาภาพร เอี่ยมอุบล. 2559. **คู่มือสำหรับฝึกอบรมชุมชนท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: กรมท่องเที่ยว. วนิดาการพิมพ์.
- Dickman, S. 1996. **Tourism: An Introductory Text**. (2<sup>nd</sup> ed). Sydney: Hodder Education.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control (10<sup>th</sup> ed.)**. New Jersey: Prentice Hall.
- Tapper, R. and Xavier, F. 2004. **Tourism Supply Chains: Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation: Final Report**. Leeds Metropolitan University and Environment Business and Development Group. Leeds, UK.
- Zhang, X., Song, H., Huang, G. Q. 2009. **Tourism Supply Chain Management: A new research agenda**. Tourism Management. 30(1), 345-358.