

เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการตลาดเพื่อสังคม

Behavioral Goals of Community and Tourists To Drive Community-Based Tourism by Using Social Marketing

สุมาลี นันทศิริพล*

Sumalee Nunthasiriphol

รักษพงศ์ วงศาโรจน์**

Rugphong Vongsaroj

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม เพื่อเสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการตลาดเพื่อสังคม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ชุมชน และนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่มุ่งให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อให้ชุมชนและตนเองได้รับประโยชน์ เช่น ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ คัดแยกขยะ อนุรักษ์/เคารพในวัฒนธรรมของตนเองและผู้อื่น ซื้อสินค้าชุมชน ใช้วัตถุดิบในชุมชนผลิตสินค้า การเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดเพื่อสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยว

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ e-mail: sumalee.nida@gmail.com

** อาจารย์ประจำคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ e-mail: rugphong@gmail.com

Abstract

This research aims to study idea and goals of community-based tourism, concept of social marketing, and to suggest behavioral goals of the community and tourists to drive community-based tourism development by using social marketing. Qualitative analysis were use to review theory and related research as well in-depth interviews residents and tourists in Koh Kerd Nonthaburi province. The results shown that community-based tourism goals have three aspects: environment, social and culture, and economy. This can be consistent with sustainable development. It also corresponds to the concept of social marketing that aim to changing behavior for community advantages; such as do not dumping waste into the river, conservation and respecting local culture, shopping for local product, product producing with local materials used. Those behaviors can impact on the environment community, lifestyle, culture, and economy which will facilitate community can drive community-based tourism development within the sustainable tourism approach.

Key words: Community-based tourism, Social marketing, Environment, Socio-Culture, Economy

บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อกลไกทางสังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน และความต้องการของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการศึกษาสูงขึ้น รายได้มากขึ้น มีความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากร (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวที่เป็นธรรม (Fair Trade Tourism) ต้องการพักในโรงแรมที่มีนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based Tourism) การท่องเที่ยวโดยการอาสาสมัคร (Volunteer Tourism) (ปรีดี, 2552)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ลดการย้ายถิ่นฐาน แต่การท่องเที่ยวก็ยังคงส่งผลกระทบทางลบต่อสภาพแวดล้อม ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำในการเข้าชมสถานที่ เข้าไปในเขตหวงห้าม รวมทั้งชุมชนเองไม่ได้ดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และในบางพื้นที่มีเจ้าหน้าที่ดูแลไม่เพียงพอ เกิดมลพิษขึ้นในอากาศ น้ำ และเสียง ส่วนในด้านสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดอาชญากรรม สังคมมีสภาพแออัด ทั้งจากการเข้ามาประกอบธุรกิจของคนต่างถิ่น และความแออัดจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเพณีที่มีในชุมชนก็ถูกนำมาแสดงผิดกาลเวลาเพียงเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวชม หรือเกิดการดัดแปลง ลดขั้นตอน เพื่อให้ทันต่อเวลาอันจำกัดในการชม ลดการใช้อุปกรณ์ วิธีการที่ไม่สามารถหาได้ในช่วงเวลาดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้นการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของชุมชนตามอย่างนักท่องเที่ยว ก็อาจทำให้คุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมสูญหายไป (เทิดชาย, 2554, นิศา, 2550; ศรีบุญญา, 2551)

แผนการพัฒนการท่องเที่ยวแห่งชาติของไทย ปี 2555-2559 จึงเกิดขึ้นเพื่อมุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

ในอดีตอาจพบการมองข้ามการพัฒนาการท่องเที่ยวในบางมิติ โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคมค่อนข้างที่จะถูกละเลย เพราะทุกฝ่ายมักจะมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องได้ แต่ในปัจจุบันได้หันมาให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมมากขึ้น ตามกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักที่ว่า การรักษาสมดุลของการอนุรักษ์ คุณภาพชีวิตและ รายได้ ทรัพยากรต้องยังคงอยู่ (WTO, 2004) และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ของไทยที่จะให้ชาวไทยและนักท่องเที่ยวทั้งไทยและชาวต่างประเทศ เกิดความตระหนักในสำคัญของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของไทย ช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

เพื่อให้สอดคล้องและตอบรับกับกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของ ธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้น สิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของชุมชนท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ดังนั้น บทบาทของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องกฎ กติกาการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้ความรู้ ท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง เพลิดเพลิน และปลอดภัย การวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาเพื่อหาคำตอบ เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่จะตอบสนองเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในอนาคต

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. เพื่อศึกษาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม
3. เพื่อเสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนผ่านการตลาดเพื่อสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการศึกษา แบบการทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องแนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ส่วนที่สองเป็นการสัมภาษณ์คนในชุมชน จำนวน 15 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน ในเรื่องแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้เกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ในการศึกษา จากนั้นนำแนวคิดดังกล่าวข้างต้น และข้อมูล จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้ได้ข้อเสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและ นักท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการตลาดเพื่อสังคม

ผลการศึกษา

แนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยววิถีชีวิต รวมทั้งมีโครงสร้างและวัตถุประสงค์ที่ต่างกันไปตามบริบทของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว คุณค่าทางวัฒนธรรมที่ปรากฏแก่สายตาของนักท่องเที่ยว และกระบวนการพัฒนาที่แตกต่างกัน (Aref et al., 2010) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใดก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเกิดผลกระทบต่อชุมชนได้ (Murphy, 1985) ทั้งนี้ลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมีผลประโยชน์ตกแก่คนในชุมชน และการพัฒนาชุมชน เช่น การสร้างถนน การสร้างโรงเรียน หรือสถานพยาบาล มีการกระจายผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน (Goodwin และ Santilli, 2009) ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวควรเป็นคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการ ดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ออนไลน์)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการนักวิจัยได้อธิบายแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งต่างก็มุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่จะเกิดกับชุมชนในด้านความพยายามในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (Murphy, 1985; Simmons, 1994; Swarbrook, 1999, และ Tosun, 2005) ที่ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การส่งเสริมการตลาดตัดสินใจร่วมกัน การส่งเสริมให้คนในชุมชนเป็นผู้ประกอบการบริการท่องเที่ยวภายในชุมชน (Mitchell และ Reid, 2001) การสร้างงาน สร้างรายได้ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าชุมชน (Rozemeijer, 2001) นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเช่น การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เน้นการตระหนักถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้และอนุรักษ์วัฒนธรรม (สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการผจญภัย, 2555; Choi และ Sirakaya, 2006; และ Hatton, 2012)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 4 ด้าน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ออนไลน์) คือ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และ

มีวิธีการผลิตที่พึ่งพา และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) ด้านองค์กรชุมชน มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา 3) ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน 4) ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วน of ชาวบ้านและผู้มาเยือน

พจนา และสมภพ (2556) ได้อธิบายว่ามาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยเกณฑ์ 5 ด้านที่ชุมชนควรมี คือ 1) มีการจัดการอย่างยั่งยืน 2) มีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น มีสังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี 3) มีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม 4) มีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 5) มีการบริการและความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากความหมายและองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถอธิบายเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ว่า สามารถแบ่งกลุ่มได้ 3 ด้าน คือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชนมีการอนุรักษ์ และรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกให้รู้สึกว่าเป็นเจ้าของพื้นที่ รักท้องถิ่นและวัฒนธรรม และ 3) ด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึง

การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องอาศัยหลักการหลายด้านประกอบกันทั้งการพัฒนา โดยให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการการพัฒนาเองเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยตรง ทั้งนี้แนวคิดและเป้าหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ การให้ความสำคัญกับกระบวนการรักษาสิ่งแวดล้อม การรักษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี การวางแผนและการสร้างกลยุทธ์แบบองค์รวม การวางแผนเชิงรุกเพื่อเพิ่มผลิตภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การสร้างจิตสำนึกและความตระหนักให้แก่นักท่องเที่ยว การร่วมกันพูดคุยและร่วมรับฟัง การสร้างองค์ความรู้ด้านการ

ท่องเที่ยว การให้สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการจัดลำดับแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมและครอบคลุม (บุญเลิศ, 2548; ศูนย์เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย, 2549; Swarbrook, 1999; Weaver, 2006; และ WTO, 2004)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบผลสำเร็จ คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ และ NGO นอกเหนือจากบทบาทของชุมชนในการจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกกลุ่มหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยว จากรายงานการประชุมประจำปีครั้งที่ 55 ของ PATA พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงมากขึ้น และนักท่องเที่ยวยอมจ่ายเงินเพิ่ม 10% เพื่อช่วยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (พจนา, 2550)

นอกจากนี้ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือเรียกได้ว่าเป็นเป้าหมายเชิงพฤติกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ (Becken, 2012) คือ 1) กลุ่มที่ตระหนักเกี่ยวกับการประหยัดทรัพยากร 2) กลุ่มที่ตระหนักเกี่ยวกับการประหยัดและการสนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนเพื่อผลิตสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยว 3) กลุ่มที่มีแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยวแบบพอเพียง ประหยัด และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวิถีชุมชน และ 4) กลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีในเรื่องของการตระหนักถึงผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบ ครอบคลุมทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

1. มุมมองของชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กลุ่มเป้าหมายสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชุมชนและนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ชุมชน จำนวน 15 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน เกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ชุมชนและนักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นว่า แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้มาเป็นอันดับแรก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นในการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และด้านสังคมวัฒนธรรมก็นับการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 มุมมองของชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชน	นักท่องเที่ยว
มุมมองด้านเศรษฐกิจ	
การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มทักษะอาชีพให้กับชุมชน ทำให้สินค้าชุมชนเป็นที่รู้จัก ทำให้ค่าใช้จ่ายของชุมชนลดลงเพราะมีรายได้เพิ่มขึ้น คนในชุมชนมีผลประโยชน์ร่วมกัน	อาชีพเก่าถูกรื้อฟื้นทำให้เกิดอาชีพต่างๆ ในชุมชน คนในเศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น ได้ซื้อได้กินของท้องถิ่น มีระบบช่วยเหลือกัน แบ่งงานกันทำ มีการนำวัตถุดิบของชุมชนมาผลิตสินค้าชุมชน
มุมมองด้านสิ่งแวดล้อม	
มีการรักษาสีงแวดล้อมมากขึ้น มีสภาพแวดล้อมได้รับการพัฒนา สวยงาม ไม่รกร้าง	นักท่องเที่ยวสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มีความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศมากขึ้น
มุมมองด้านสังคมและวัฒนธรรม	
มีการสร้างคุณค่าให้กับวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอยู่ มีการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ถูกต้อง มีเกิดการถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาเพื่อไม่ให้สูญหาย มีโครงสร้างชุมชนเข้มแข็งขึ้นจากการร่วมกันทำงาน	ชุมชนได้รับการพัฒนาให้ยังคงสภาพ และมีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม ชุมชนเกิดความรู้สึกรักหวงแหนที่อยู่ของตน

แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

การตลาดเพื่อสังคม (social marketing) ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดยคอตเลอร์ และ ซอลต์แมน ในปี 1971 โดยการประยุกต์ใช้การตลาดเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม แก้ไขความคิด และแก้ไขพฤติกรรม การตลาดเพื่อสังคมเป็นการบูรณาการของศาสตร์หลายด้าน เช่น การตลาดทั่วไป จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และทฤษฎีการสื่อสาร เป็นต้น เพื่อทำความเข้าใจถึงวิธีการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน (Kotler และ Zaltman, 1971) โดยพยายามที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ด้วยหลักการเปลี่ยนแปลงการรับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์สำหรับตนเองและสังคมที่อยู่รอบข้าง (Houston

และ Gassenheimer, 1987) ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคมและการเมืองที่ยาก และมีบริบทของทรัพยากรที่ค่อนข้างจำกัด (Lefebvre & Flora, 1988)

พรทิพย์ สัมปัตตะวินิช (2547) อธิบายว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นการใช้ทักษะทางการตลาดเพื่อช่วยทำให้ความพยายามในการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเกิดประสิทธิผล คือ ผู้รับสารมีการตอบสนองหรือเปลี่ยนแปลงไปตามที่ผู้วางแผนการตลาดเพื่อสังคมต้องการ รวมทั้งเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมภายในโครงสร้างของสังคมนั้นๆ ให้เกิดบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ง่ายขึ้น สมพล วันตะเมธ (2550) อธิบายว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาดในการวางแผนการปฏิบัติที่มุ่งสร้างอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือสังคมโดยรวม เพื่อทำให้สภาพชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้การตลาดเพื่อสังคมจึงมีความสำคัญและมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประชากรทั้งในด้านสุขภาพ การป้องกันอุบัติเหตุ การรักษาสิ่งแวดล้อม หรือ การพัฒนาชุมชนเป็นอย่างมาก

จากแนวคิดข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า การตลาดเพื่อสังคมมีจุดเริ่มต้นมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนด้วยความสมัครใจ ไม่ถูกบังคับให้เปลี่ยนพฤติกรรม มีเป้าหมายสุดท้ายคือ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อคนและการพัฒนาสังคม เมื่อสังคมมีการพัฒนาแล้วก็จะนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในสังคม

ในด้านการท่องเที่ยว Becken (2012) อธิบายถึงวิธีการ/มาตรการ ที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การเป็น Green Tourism ได้แก่ การสร้างความเข้าใจ และตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่มีแนวทางการพัฒนาที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การให้ข้อมูลข่าวสาร หรือมีศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ได้ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว การประชาสัมพันธ์ ณรงค์ ส่งเสริมให้มีการลดการใช้พลังงาน การนำกลับมาใช้ใหม่ และการกำจัดขยะ การออกมาตรการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ผู้บริโภค การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มีความตระหนักถึงการประหยัดพลังงาน และการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น การสร้างมาตรการ กฎระเบียบ ข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเพิ่มมาตรการในการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น เพิ่มค่าไฟฟ้าเข้าไปในค่าห้องพัก กรณีที่มีการใช้ไฟฟ้าเกินระยะเวลาที่กำหนด มาตรการเพิ่มค่าของพลังงานที่ใช้ โดยกำหนดอัตราให้สูงขึ้น เพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าพลังงาน “ยิ่งราคาแพง ยิ่งเห็นคุณค่า” โดยผู้ที่จะต้องรับผิดชอบในการดำเนินการ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ

นักท่องเที่ยว คนในชุมชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตัวแทนบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการ

บุญเลิศ (2555) อธิบายว่า เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ต้องมีพฤติกรรมที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวด้วย เพราะจะช่วยให้ได้รับความรู้และความเพลิดเพลิน รวมทั้งรู้จักระมัดระวังตัว ตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม ควรปฏิบัติตัวในการเก็บเกี่ยวประสบการณ์และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ควรศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวก่อนไป ทำความเข้าใจเส้นทางการท่องเที่ยว และไม่ปฏิบัติขัดต่อวิถีชีวิตประเพณีของชุมชน ชัยวัชร และสาธิตา (2555) อธิบายว่า พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแต่งกายไม่เรียบร้อย มีสาเหตุหลักมาจากการที่นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีการกำหนดกฎระเบียบ และข้อห้ามต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม แม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ตระหนักว่าการกระทำพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังคงฝ่าฝืนกฎ หรือกระทำพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวขึ้น

ดังนั้น การเกิดเป้าหมายเชิงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงไม่ได้เป็นเพียงบทบาทหน้าที่ของชุมชนเท่านั้น หากแต่นักท่องเที่ยวก็ควรมีส่วนร่วมในฐานะผู้เข้าไปใช้พื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งเป็นผู้สร้างผลกระทบด้านบวกที่ทำให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของชุมชน

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

แนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากผลการศึกษาแนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดจากนักวิชาการ นักวิจัย มีแนวคิดเน้นเรื่องของผลที่จะเกิดต่อชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและ วัฒนธรรม โดยส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มของแนวคิด เรื่องผลประโยชน์ที่จะเกิดกับชุมชน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะทำให้ชุมชนมีการผลิตสินค้าชุมชนเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจ้างงาน ทำให้วัตถุดิบในชุมชนมีการนำมาใช้ในการท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ นักวิชาการ นักวิจัยยังมีแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน รวมทั้งแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้แนวคิดเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากการให้ความสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่

ได้รับการส่งเสริมโดยองค์การผู้ไม่แสวงหากำไรทั้งโลก จนกลายเป็นกระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อการรับรู้ ความต้องการพัฒนาคน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน (พจนนา, 2550)

จากผลการศึกษาในตารางที่ 1 มุมมองของชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นในแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจเป็นอันดับแรกๆ ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างทักษะอาชีพให้กับคนในชุมชน ทำให้เกิดรายได้ สินค้าชุมชนเป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิวัฒน์ (2549) ที่อธิบายว่า เมื่อมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนผลที่เกิดขึ้นด้านเศรษฐกิจ คือ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคนในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดและการวิจัยของ Rozemeijer (2001) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ WTO (2004) ที่อธิบายว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การเกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว เช่น การจ้างงาน การฝึกทักษะ การอบรม การกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างเป็นธรรม เกิดการลงทุน ความร่วมมือของผู้ประกอบการ และเกิดประโยชน์ในระยะยาว

ในมุมมองด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งชุมชนและนักท่องเที่ยวให้แนวคิดความคิดเห็นเป็นอันดับสอง ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้คนหันมาสนใจรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้นสภาพแวดล้อมได้รับการพัฒนา คนมีความรู้เรื่องระบบนิเวศมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ศิริ และคณะ (2550) ที่อธิบายว่า ชุมชนมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ระบบนิเวศ ธรรมชาติของชุมชนที่อยู่ รวมทั้งความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบา (2550) ที่อธิบายว่า การที่ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนา ตลอดจนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Halstead (2003) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดความต้องการสร้างบทบาทต่อสิ่งแวดล้อมในแนวทางที่ยั่งยืน

ส่วนมุมมองด้านสังคมและวัฒนธรรม ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้ชุมชนเกิดการสร้างคุณค่าให้กับวัฒนธรรมดั้งเดิม มีความเข้าใจในวัฒนธรรมมากขึ้น ให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ทำให้เกิดความหวงแหนชุมชน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบา (2550) ที่อธิบายว่า ควรคำนึงถึงบริบททางสังคมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนเป็นเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว และใช้เป็นแนวทางในการป้องกันการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ควรยกย่องเชิดชูศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน โดยส่งเสริมการเรียนรู้และสืบทอดอย่างต่อเนื่อง ให้ชุมชนมีความตระหนักและภูมิใจในชุมชนของตน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Tabanico และ Wesley (2007) ที่อธิบายว่า ถ้าชุมชนมีความรู้เข้าใจในวัฒนธรรมของตนเอง และสามารถรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ ชุมชนก็จะสามารถดำรงอยู่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอย่างรู้เท่าทัน

จะสังเกตว่าชุมชนและนักท่องเที่ยวไม่มีความคิดเห็นเรื่องการมีส่วนร่วมของการวางแผนและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากในทางปฏิบัติการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวมักมีหน่วยงานของรัฐบาลมาเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรในชุมชน ผู้นำชุมชน หรือในรูปของคณะกรรมการชุมชน รับผิดชอบดูแล โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไม่ส่วนในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเลย นอกจากคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ จะมาสอบถามข้อมูล เพื่อนำไปวางแผนก็ถือเป็นการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ไม่ใช่การมีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรัญ (2551) ที่อธิบายว่า บทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่สำนักงานจังหวัด องค์กรบริหารส่วนจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดการ การประสานงาน และการควบคุม จึงทำให้ขาดบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

ทั้งนี้ จากตารางที่ 1 แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยวจะเป็นในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามมากกว่า เช่น ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้ชุมชนมีโครงสร้างที่เข้มแข็งขึ้นจากการร่วมกันพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งโดยความคิดเห็นเหล่านี้ ก็นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในระดับสูงทีเดียว แต่อยู่ในขอบเขตเพียงเบื้องต้นของระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Okazaki (2008) ที่อธิบายว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 3 ระดับใหญ่ คือ 1) ระดับไม่มีส่วนร่วม คือ มีผู้อื่นทำให้เบ็ดเสร็จ 2) ระดับมีส่วนร่วมพอเป็นพิธี คือ การมาสอบถามขอข้อมูล แต่จะใช้ข้อมูลหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้ดูแล และ 3) ระดับการมีส่วนร่วมในฐานะความเป็นเจ้าของชุมชน ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมในฐานะความเป็นเจ้าของชุมชน ยังแบ่งได้เป็น 3 ระดับย่อยๆ คือ ระดับเบื้องต้น ถือว่าเป็นคนใน

ชุมชน (partnership) ระดับกลาง ถือว่าเป็นผู้แทน (delegated power) และระดับสูง ถือว่าเป็นผู้บริหารจัดการ (citizen control)

อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาแนวคิดเชิงผลกระทบและไม่ได้สัมภาษณ์ชุมชนและนักท้องถิ่นในประเด็นของความคิดเห็นด้านผลกระทบเชิงลบหรือเชิงบวก เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาคำตอบว่าเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคืออะไร เมื่อเกิดการท่องเที่ยวขึ้นแล้วสิ่งใดที่ชุมชนและนักท้องถิ่นเห็นว่าควรเกิดแก่ชุมชน เพื่อนำเป้าหมายดังกล่าวนี้ไปสังเคราะห์และเสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท้องถิ่นที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย โดยการใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชุมชนและนักท้องถิ่น สามารถสังเคราะห์เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท้องถิ่นที่ควรเปลี่ยนแปลงเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการตลาดเพื่อสังคม

เป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท้องถิ่น	
	ชุมชน	นักท้องถิ่น
<i>ด้านสิ่งแวดล้อม</i>		
1.ชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ	ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว คัดแยกขยะก่อนทิ้ง ไม่ทิ้งสิ่งปฏิกูลในแม่น้ำ	ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทิ้งขยะในที่ๆ จัดให้
2.สิ่งแวดล้อมของชุมชนยังคงสภาพไม่ถูกทำลาย	ตระหนักถึงผลกระทบบวกและลบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม	ตระหนักถึงผลกระทบทางบวกและทางลบ ที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม
3.แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีความสะอาด ไม่มีปริมาณขยะสะสม	ร่วมกันวางแผนรองรับการพัฒนาและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดขึ้น	สนับสนุนกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน

เป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยว	
	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
4.มีสิ่งปลูกสร้างที่เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	มีการแบ่งพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสัดส่วน และปลูกสิ่งก่อสร้างให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์	ไม่แสดงพฤติกรรมรบกวนการอยู่อาศัยของคนในชุมชน
5.มีคุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางอากาศ น้ำ และเสียง อยู่ในระดับดี	คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม อากาศ และแม่น้ำ	ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ ลำคลอง
ด้านสังคมและวัฒนธรรม		
1.สถาปัตยกรรมดั้งเดิมของชุมชนยังคงสภาพไม่เสื่อมโทรม	มีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษา พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง	ไม่ทำลายหรือสร้างความเสียหายแก่โบราณสถานโบราณวัตถุ
2.แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นเด่นชัด	มีความภาคภูมิใจ ห่วงแหนวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน	เคารพวัฒนธรรมของชุมชน
3.มีความปลอดภัยในชุมชน	มีมิตรไมตรี เป็นเจ้าบ้านที่ดี ซื่อสัตย์	ปฏิบัติตามกฎ กติกา ข้อห้ามต่างๆ
4.เข้าใจ/ เคารพในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน	มีความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน	มีความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน
5.วัฒนธรรม/ วิถีชีวิตของชุมชนได้รับการอนุรักษ์และสืบทอด	มีการถ่ายทอดภูมิปัญญา ประเพณีต่างๆ ไปยังคนรุ่นใหม่ เพื่อรักษา สืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิม	เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม
ด้านเศรษฐกิจ		
1.ชุมชนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	มีการร่วมมือกันผลิตสินค้าชุมชน ในรูปของกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน	ให้คำแนะนำถึงความต้องการของตนต่อชุมชนเพื่อการพัฒนาสินค้าของชุมชน
2.สินค้าชุมชนและการบริการต่างๆ ใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในชุมชน	เน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชนมาผลิตสินค้าชุมชน/ ใช้แรงงานในชุมชน	เน้นการซื้อสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในชุมชน
3.แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีศักยภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นาน	ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชน	เน้นการซื้อสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชน

เป้าหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยว	
	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
4.มีอัตราค่าบริการต่างๆ ที่เป็นธรรม	มีการกระจายรายได้ผลประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	สนับสนุนการซื้อสินค้าที่ผลิตภายในชุมชน
5.นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว และมาเที่ยวซ้ำ	ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และศักยภาพอย่างยั่งยืน	เลือกใช้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวของคนในชุมชน เช่น การล่องเรือปั่นจักรยาน

แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

จากผลการศึกษาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวคิดในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยอาศัยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และหลักการเกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคมเกิดการพัฒนาเป็นแรงขับให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่สังคมต้องการ

ในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ 1) ชุมชน ซึ่งรวมทั้งผู้ที่อาศัยในชุมชน ผู้ประกอบการที่เป็นคนในชุมชน ผู้ประกอบการที่มาจากภายนอกชุมชน ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน และ 2) นักท่องเที่ยว ผลการศึกษาในตารางที่ 2 ได้เสนอแนะเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อที่จะตอบสนองเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน เช่นเดียวกับเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ 1) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมที่ควรปรับเปลี่ยนด้านสิ่งแวดล้อม 2) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมที่ควรปรับเปลี่ยนด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 3) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมที่ควรปรับเปลี่ยนด้านเศรษฐกิจ

เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่ควรปรับเปลี่ยนด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเรื่องการคงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร สิ่งแวดล้อมไม่ถูกทำลาย รักษาทัศนียภาพ เป้าหมายเชิงพฤติกรรมดังกล่าว คือ การช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม คัดแยก

ชยะก่อนทิ้ง ไม่ทิ้งสิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำลำคลอง ทั้งชยะในที่ที่จัดทำให้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุศรา และคณะ (2556) ที่ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่า การจัดการชยะประกอบไปด้วย การสร้าง จิตสำนึกในการจัดการชยะ การมีส่วนร่วมในการจัดการ ลดปริมาณชยะ และมีระบบจัดการชยะ ซึ่ง ถ้ามีความร่วมมือกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและคนในชุมชน ก็จะเป็นส่วนหนึ่งในการ พัฒนาชุมชน ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ชุมชนและนักท่องเที่ยวยังควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ให้มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น ร่วมมือกันวางแผนรองรับการพัฒนา ป้องกันผลกระทบต่างๆ และคำนึงถึงขีดความสามารถในการบริหารจัดการพื้นที่ของชุมชน ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ WTO (2004) ที่อธิบายว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นควรมีการ วางแผนและควบคุมแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในวงจำกัด เช่น มีการ จัดการคุณภาพน้ำ อากาศให้อยู่ในสภาพดี และควบคุมระดับความแออัดของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ จะเกิดขึ้น

เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่ควรปรับเปลี่ยนด้านสังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเรื่องการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม เอกลักษณ์ และ วัฒนธรรมชุมชนดั้งเดิม และมีการสืบสานถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณี เป้าหมายเชิงพฤติกรรม ดังกล่าว คือ การสร้างความเข้มแข็งการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาชุมชน ไม่ทำลายโบราณสถาน โบราณวัตถุ หวงแหวนวัฒนธรรมชุมชน และเคารพในวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ และสุพรรณิ (2555) ที่อธิบายว่า การที่จะทำให้ชุมชนมีลักษณะความสัมพันธ์และสภาพที่ ชุมชนพึงปรารถนาได้นั้น จะต้องอาศัยกระบวนการในการขับเคลื่อน เช่น การสร้างความตระหนักให้ คนในชุมชนเริ่มคิดที่จะพัฒนาชุมชนร่วมกัน การค้นหาศักยภาพและทุนทางสังคมในชุมชนที่เหมาะสม การสร้างผู้นำเพิ่มขึ้น การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การลงมือทำอย่างมี ส่วนร่วมทั้งชุมชน ภาครัฐและเอกชน การติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และมีการขยายผล

เป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่ควรปรับเปลี่ยนด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้ บรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเรื่องชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง นักท่องเที่ยวได้รับบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยราคาที่ เป็นธรรม เป้าหมายเชิงพฤติกรรมดังกล่าว คือ การร่วมมือกันผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนในรูปกลุ่มอาชีพ โดยใช้วัตถุดิบและแรงงานใน ชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวก็เน้นให้สนับสนุนสินค้าชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวของคนในชุมชน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรให้คำแนะนำถึงความต้องการของตนเอง เพื่อให้ชุมชนผลิตสินค้าให้ตรงกับ

ความต้องการ ก็จะเกิดการซื้อสินค้าชุมชนอย่างต่อเนื่อง และนักท่องเที่ยวได้สินค้าที่ตนเองสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร (2553) ที่อธิบายว่า ชุมชนต้องการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าชุมชนอย่างเป็นระบบ การสร้างความเข้มแข็งให้กับสินค้าชุมชนจำเป็นต้องอาศัยหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งสินค้าชุมชนจะทำให้คนในชุมชนเกิดรายได้ เกิดการสร้างงาน รวมทั้งเป็นการรักษาเอกลักษณ์ อนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผ่านการใช้วัตถุดิบภายในชุมชนและการออกแบบตามเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อเกิดการประสานประโยชน์เข้าด้วยกัน การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืน

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวคิดและเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม โดยเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 3) ด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้เป้าหมายทั้ง 3 ด้าน มีจุดมุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่จะเกิดต่อชุมชน เช่น การที่ชุมชนยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีสภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี มีวัฒนธรรมที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ชุมชน และมีเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งการที่จะบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน คือ ผู้ที่อาศัยในชุมชน และนักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ที่มีประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน ดังนั้น แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีหลักการว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเพื่อให้ตนเองและสังคมที่อยู่มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงถูกนำมาศึกษาเพื่อเป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลจากการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและการสัมภาษณ์ สามารถสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเป็นเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ 3 ด้าน คือ 1) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม คือ ชุมชนและนักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ชุมชนวางแผนพัฒนาาร่วมกัน รักษาภูมิทัศน์ของชุมชน และคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีส่วนร่วม ภาคภูมิใจในวัฒนธรรมชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดี และการถ่ายทอดภูมิปัญญา และนักท่องเที่ยวเคารพในวัฒนธรรมของชุมชน ปฏิบัติตามกฎหมาย กติกาของชุมชนในการท่องเที่ยว และ 3) เป้าหมายเชิงพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจ คือ ชุมชนร่วมมือกันผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชน โดยใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในชุมชน มีการกระจายผลประโยชน์ให้ทั่วถึง

นักท่องเที่ยวสนับสนุนการซื้อขายสินค้าชุมชน ให้คำแนะนำเพื่อการพัฒนาสินค้าชุมชน และใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวของคนในชุมชน หากชุมชนและนักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ตามเป้าหมายเชิงพฤติกรรมดังกล่าวนี้ การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็จะสามารถบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ในโครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เกรียงไกร โพธิ์มณี. (2553). *รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอ่างทอง*. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 5(1), 15-24.
- ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์ และสาติยา มิ่งวงศ์. (2555). *พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ : กรณีศึกษาโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 7(2). (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2556 จาก <http://www.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/2970>.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554) *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- นิวัฒน์ อมาตยกุล. (2549). *การศึกษาปัจจัยทางสังคม ผลกระทบ และการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษบา สิทธิการ. (2550). *ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย*. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 2550, 130-139.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548) *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เพรินซ์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ปรีดี โชติช่วง. (2552). นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- พจนา สวนศรี. (2550). *คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว.
- พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จอหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2556). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2556 จาก <http://www.cbt-i.org>.
- สมพล วันตะเมธ. (2550). การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร. วารสารประชากรศาสตร์, 23(1), 49-66.
- สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย และโครงการ CSR-MAP. (2553). *Stepping Towards Sustainability: A Manual for Sustainable Tourism Suppliers and Supporters*. กรุงเทพฯ: TEATA.
- ศักดิ์ศิริ นันตะสุข, สมนึก ขวัญเมือง, และอาวุธ ปะเมโท. (2550). การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. 2549. *แนวทางการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: แสงสว่างเวิลด์เพรส.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2551). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุสรฯ สาทังชัย, ชีรวัฒน์ นิเจนตร, สมิตร์ สุวรรณ, และเชาวน์ นกอยู่. (2556). ยุทธศาสตร์การจัดการขยะเกาะภูเก็ต. วารสารสมาคมนักวิจัย. 18(2), 114-127.
- อรรถัย คุรุฑเวโจ. (2551). การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ต. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 3(2), 80-90.
- อาทิตย์ บุคตาตวง และสุพรรณิ ไชยอำพร. (2555). ความสามารถในการนำทุนทางสังคมออกมาใช้ของชุมชนบ้านบางไพร อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารสมาคมนักวิจัย, 17(1), 29-41.
- Aref, F., Redzuan, M., และ Gill, S. S. (2010). *Assessing the Level of Community Capacity Building in Tourism Development in Local Communities*. Journal of Sustainable Development, 3(1), 81-90.
- Becken, Susanne. (2555). *Tourism in an Energy Constrained World - The Final Call: Stepping Stone to Sustainable Tourism in Thailand*. *ก้าวสำคัญสู่การท่องเที่ยว*

อย่างยั่งยืนในประเทศไทย.19-20 มีนาคม 2555 ณ โรงแรม Renaissance กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

- Choi, C.H and Sirakaya, E. (2006). *Sustainability indicators for managing community tourism*. Tourism Management, 27, 1274-1289.
- Goodwin, H. & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: a success?*. ICRT Occasional Paper 11.
- Halstead, L. (2003). *Making community-based tourism work: An assessment of factors contributing to successful community-owned tourism development in Caprivi, Namibia*. Namibia: Ministry of Environment and Tourism.
- Houston, F.S. & Gassenheimer, J.B. (1987). *Marketing and exchange*. Journal of Marketing, 51, 3-18.
- Kotler, P. & Zaltman G. (1971). *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*.Journal of Marketing. 35, 3-12.
- Lefebvre R.C. & Flora, J. A. (1988). *Social Marketing and public health intervention*. Health Education Quarterly, 15(3), 299-315.
- Mitchell,E. R, & Reid, G. D. (2001). *COMMUNITY INTEGRATION Island Tourism in Peru*. Annals of Tourism Research, 28 (1), 113-139.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. London: Methuen.
- Okazaki, E. (2008). *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use*. Journal Of Sustainable Tourism. 16(5), 511-529.
- Rozemeijer, N. (2001). *Community-based tourism in Botswana: The SNV experience in three community-tourism projects*. Gaborone: SNV Botswana.
- Simmons, D. G. (1994). *Community Participation in Tourism Planning*.
- Swarbrook, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Tabanico, J. J & Wesley, S. P. (2007). *COMMUNITY-BASED SOCIAL MARKETING*. BioCycle. 48 (8), 41-44.
- Tosun, C. (2005). *Stages in the emergence of a participatory tourism development approach in the Developing World*. Geoforum, 36, 333-352.
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable tourism: theory and practice*. Amsterdam ;Boston : Elsevier Butterworth-Heinemann.

WTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*.
Madrid: World Tourism Organization.