

แนวคิดที่ว่าด้วยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง 4 แนวคิด
(คลัสเตอร์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เครือข่ายทางสังคม และการจัดการภาคีสาธารณะ)
Community-based Tourism Management: Comparative Study
between Four Perspectives of Cluster, Stakeholder,
Social Networks and New Public Management

สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์*

Surajet Chaiphanphong*

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*

Pacific Institute of Management Science*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สำคัญ การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร โดยค้นคว้าผลงานวิจัยและบทความที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 4 แนวคิด คือ แนวคิดคลัสเตอร์ แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวคิดเครือข่ายทางสังคม และแนวคิดการจัดการภาคีสาธารณะ ผลการศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดทั้ง 4 พบว่าแต่ละแนวคิดแต่มีจุดเน้นต่างกัน กล่าวคือแนวคิดคลัสเตอร์เน้นศึกษาการหนุนเสริมต่อกันระหว่างห่วงโซ่มูลค่าและการบูรณาการในแนวตั้งระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และสถาบันการศึกษา แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเน้นศึกษาการมีส่วนร่วมและการแบ่งปันประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือและจัดการความขัดแย้ง แนวคิดเครือข่ายทางสังคมเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและการแลกเปลี่ยนทางสังคม และแนวคิดการจัดการสาธารณะมุ่งศึกษาการจัดการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างเสมอภาคระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม

คำสำคัญ: ท่องเที่ยว ชุมชน คลัสเตอร์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เครือข่ายทางสังคม ภาคีสาธารณะ

Abstract

There are two objectives of this research paper – firstly, to study the perspectives of community-based tourism (CBT) management, and secondly, to compare between various important perspectives of CBT. A documentary research method is utilized for this study through searching a large number of research reports and papers. The study finds that there are four approach to CBT – these are, cluster, stakeholder, social networks and new public governance. The comparative study finds that each approach emphasizes different focal points. The cluster approach focuses on studying complementarities between value chains and vertical integration between the government units, business enterprises, and education institutes. The stakeholder approach focuses on public participation and sharing between stakeholders for cooperation and conflict management. The social networks approach emphasizes relationships between business entrepreneurs based on mutual trusts and social exchange. Lastly, the new public

governance approach focuses on the study of equal co-management between the government sector, business partners and civil society.

Keywords: tourism, community, cluster, stakeholder, social networks, new public governance.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของสังคมสมัยใหม่ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและนำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมหาศาล ดังจะพบว่าในปี 2017 รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 6.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก (global GDP) (อ้างอิง Rui, 2018)

การท่องเที่ยวในช่วงต้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นบันเทิง เพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ หรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวที่เน้นปริมาณ” (mass tourism) ซึ่งในหลายๆ พื้นที่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก อาทิ ปัญหากรดติด ปัญหาขยะ มลภาวะ ปัญหาโสเภณี อาชญากรรม ยาเสพติด การเสื่อมของวัฒนธรรมท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติทรุดโทรม ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนกระทบต่อคนในท้องถิ่น ฯลฯ ปัญหาดังกล่าวได้เป็นเงื่อนไขให้เกิดแนวคิด “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” (sustainable tourism) ในฐานะของยุทธศาสตร์ระดับโลกที่ถูกขับเคลื่อนเพื่อให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Liu, 2003: 460) เป็นรูปแบบทางเลือกที่มีเป้าหมายในการแก้ปัญหาผลกระทบจากการท่องเที่ยวกระแสหลักที่ขาดความสมดุล “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” ได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการอย่างกว้างขวางนับจากปลายทศวรรษ 1980 - 1990 ดังจะเห็นได้จากการแพร่ขยายของการท่องเที่ยวทางเลือกในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agrotourism) การท่องเที่ยวเพื่อคนจน (pro-poor tourism) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism ต่อไปจะเรียกย่อ ๆ ว่า CBT) เป็นต้นการศึกษาครั้งนี้เน้นไปที่ CBT ซึ่งมีลักษณะสำคัญ คือ ชุมชนเป็นผู้แสดงหลักในการจัดการการท่องเที่ยว เป้าหมายได้เปลี่ยนจากการเน้นบันเทิงมาสู่การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม อันแสดงให้เห็นว่ามีได้เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่กลับเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และรักษามรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย แนวคิด CBT ปรากฏครั้งแรกในงานเขียนของ P. E. Murphy เรื่อง ‘Tourism: A Community Approach’ ตีพิมพ์ในปี 1985 ซึ่งเป็นความพยายามเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการจัดการโดยชุมชนในประเทศกำลังพัฒนา (อ้างอิง Lopez-Gunzman, Borges & Castillo-Canalejo, 2011: 36) แต่ความสนใจต่อ CBT ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางนับจากทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา มีงานวิจัยออกมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากนักวิชาการได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของการส่งเสริม CBT เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ahebwa & Duim, 2013: 97)

สำหรับในประเทศไทย ประมาณ 6 ทศวรรษที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศมาเป็นเวลาหลายสิบปี แหล่งท่องเที่ยวในขณะนั้นกระจุกอยู่ในเมืองใหญ่ อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี และหาดใหญ่ เป็นต้น แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการเติบโตอย่างรวดเร็วแต่เพียงด้านเดียวได้ส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมทางสังคมและความยากจนขึ้นโดยทั่วไป (Giampiccoli & Saayman, 2016; Chiappa, Atzeni & Ghasemi, 2016: 2) จนกระทั่งในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้มีการพัฒนา CBT ในรูปแบบต่าง ๆ (สมศักดิ์ สามีคศิริธรรม และคณะ, 2550; Satarat, 2010) ทั้งในหมู่บ้านชาวประมงพื้นบ้าน ชุมชนริมคลอง ชุมชนชาวสวน

ชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ หมู่บ้านที่อยู่ติดเชิงเขา และตลาดโบราณใจกลางเมืองใหญ่ เป็นต้น จากข้อมูลที่มีอยู่พบว่าจนถึงปี 2553 ทั่วประเทศมีหมู่บ้านที่จัดทำ CBT ทั้งสิ้น 299 แห่ง ตั้งอยู่ในภาคเหนือ 143 แห่ง ภาคใต้จำนวน 79 แห่ง เขตภาคกลาง 48 แห่ง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 29 แห่ง (Satarat, 2010: 6) ด้วยนโยบายในการส่งเสริม CBT ของภาครัฐ ส่งผลให้จำนวน CBT เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนคาดการณ์ได้ว่า CBT ในปัจจุบันมีประมาณ 500-600 แห่งทั่วประเทศ

การส่งเสริม CBT เป็นนโยบายที่ภาครัฐให้ความสำคัญอย่างจริงจัง เนื่องจากคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศดังนี้:

ประการแรก การกระจายรายได้สู่ชนบท เนื่องจากอาชีพดั้งเดิมส่วนใหญ่มักเป็นเกษตรกรรมที่มีรายได้ต่ำ หรือเป็นอาชีพที่พึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติซึ่งนับวันทรัพยากรเหล่านั้นมีจำนวนน้อยลงและเสื่อมโทรมอย่างมาก (เช่น การประมงพื้นบ้าน การหาของป่า ฯลฯ) ดังนั้นการที่ชาวบ้านหันมาร่วมมือกันประกอบการ CBT จะส่งผลให้พวกเขาเริ่มงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก เช่น การทำโฮมสเตย์ การนำนักท่องเที่ยวไปปลูกป่า ชายเลน เก็บหอย ตกปลาหมึก ตกกุ้ง ทำน้ำตาลมะพร้าว ดำนา ไถนา นวดแผนไทย ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ให้เช่าจักรยาน เช่าเรือพาย ฯลฯ

ประการที่สอง ทำให้เกิดการพัฒนาชุมชน และเสริมสร้าง ‘ชุมชนเข้มแข็ง’ อาจกล่าวอย่างไม่เกินเลยได้ว่า ชุมชนเข้มแข็งเป็นทั้งสาเหตุและผลของการพัฒนา กล่าวคือ ชุมชนที่เข้มแข็งจะประสบความสำเร็จในการจัดทำ CBT ในขณะที่ความร่วมมือกันจัดทำ CBT ก็จะทำให้ชาวบ้านได้รับประโยชน์ (มีงานทำและรายได้เพิ่ม) ก็ยังเป็น ‘พลังเพิ่มแบบทวีคูณ’ (synergy) ที่ทำให้ชาวบ้านหันหน้ามารวมกลุ่มกันเพื่อประสานพลังเป็นหนึ่งเดียวในการพัฒนา CBT ให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น อันส่งผลให้สมาชิกภายในชุมชนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และทำให้ชุมชนสามารถเพิ่มความเข้มแข็งมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

ประการที่สาม เป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านที่ทำ CBT ร่วมกัน ได้มีโอกาสพัฒนาตนเองและพัฒนากลุ่ม โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การประชุมร่วมกัน การศึกษาดูงาน CBT ในชุมชนอื่น และการปฏิบัติงานร่วมกันในเชิงกลุ่ม อันก่อให้เกิดการพัฒนาความคิดใหม่ และนำไปสู่นวัตกรรมขึ้นในชุมชน อาทิ การพัฒนาภูมิปัญญาพื้นบ้านให้เป็นสินค้ารูปแบบใหม่ๆ สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาระบบการจัดการภาคีเครือข่าย รวมทั้งการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลุ่ม (collective leadership) เป็นต้น

ประการที่สี่ เป็นการส่งเสริมให้คนไทยในเมืองใหญ่หันมานิยมท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น (แทนที่จะเน้นท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก) ซึ่งจะทำให้เงินหมุนเวียนอยู่ภายในประเทศ และก่อให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น

ประการที่ห้า ก่อให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่น เมื่อนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลางในเขตเมืองได้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน อาทิ เรียนรู้เกี่ยวกับการตกหมึก ตกกุ้ง เก็บหอย ทำน้ำตาลมะพร้าว ทำขนมพื้นเมือง การทอดแห พายเรือ เป็นต้น ซึ่งการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีไทยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างโลกทัศน์และความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย

ในช่วงประมาณสิบกว่าปีที่ผ่านมา ผลงานวิจัยเกี่ยวกับ CBT มีจำนวนมาก ทั้งในรูปผลงานวิจัย และบทความวิชาการ ผลงานเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นกรณีศึกษา (case study) กล่าวคือ เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์ที่ลงพื้นที่ไปศึกษาเฉพาะกรณี ผู้ศึกษาจึงเกิดความสนใจที่จะทำการสำรวจองค์ความรู้เกี่ยวกับ CBT โดยใช้ผลงานวิจัยที่มีอยู่แล้วเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประการ คือ 1) เพื่อสำรวจแนวคิดทฤษฎีที่นักวิจัยต่าง ๆ ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการ CBT และ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิดต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาการจัดการ CBT โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (documentary research) ใช้ผลงานวิจัยที่มีอยู่แล้วกว่า 100 ชิ้น เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้จึงคาดว่าจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวคิดว่าด้วยการจัดการ CBT

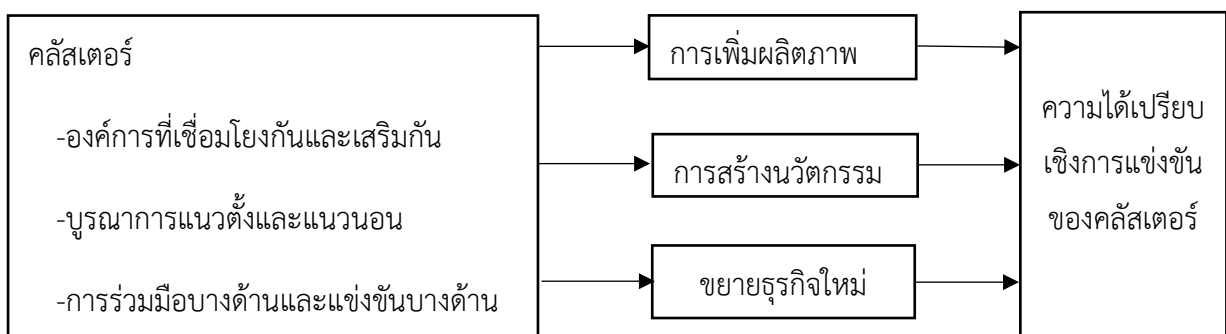
กล่าวในภาพรวม การศึกษาครั้งนี้พบว่า แนวคิดในการจัดการ CBT มี 4 แนว คือ 1) แนวคิดคลัสเตอร์ (cluster approach) 2) แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder approach) 3) แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (social network approach) และ 4) แนวคิดการจัดการภาคีสาธารณะ (new public governance approach) บทความนี้จะได้นำเสนอแต่ละแนวคิดลำดับ และสุดท้ายเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 4 แนวคิดดังกล่าว

แนวคิดทฤษฎีในการจัดการ CBT

1. แนวคิดที่ว่าด้วย ‘คลัสเตอร์’

แนวคิดคลัสเตอร์ (clusters approach) ริเริ่มโดย Michael E. Porter (1992) แนวคิดนี้มองว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาผลิตภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจก็คือ ‘คลัสเตอร์’ ซึ่งหมายถึง การรวมตัวขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันภายในขอบเขตทางภูมิศาสตร์ อาทิ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศใน Silicon Valley อุตสาหกรรมเครื่องหนังในอิตาลี อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกา และอุตสาหกรรมเหล็กกล้าในเยอรมนี เป็นต้น

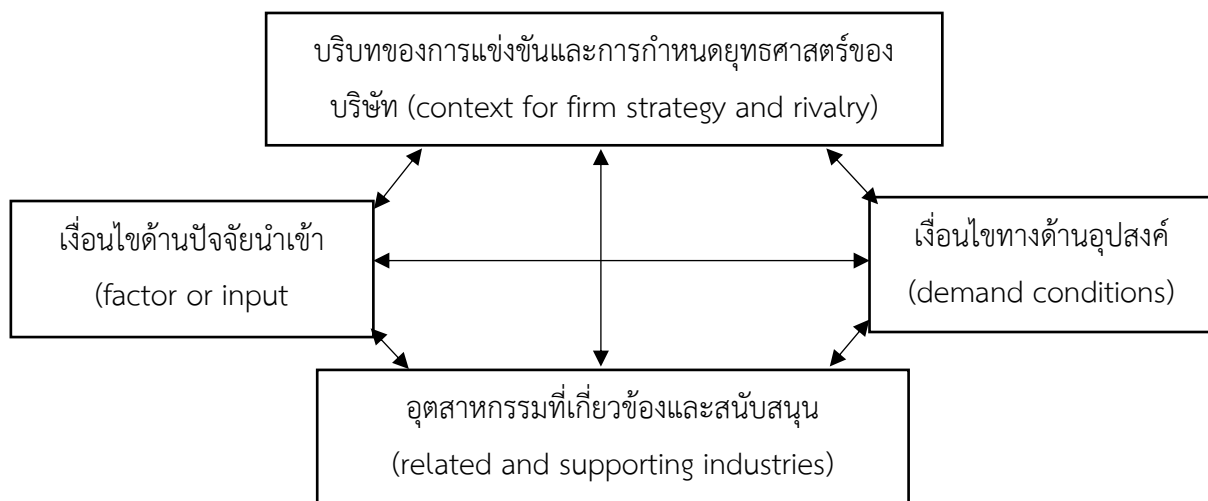
แนวคิดนี้มองว่า ไม่มีองค์กรธุรกิจใดดำรงอยู่ได้ตามลำพัง ความสำเร็จขององค์กรหนึ่งๆ จึงเชื่อมโยงกับองค์กรอื่น ๆ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน สถาบันอบรมวิชาชีพ สมาคมการค้า องค์กรตรวจสอบมาตรฐาน มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย แหล่งน้ำ กฎหมายส่งเสริมการลงทุน สถาบันกำกับการแข่งขัน เป็นต้น ‘คลัสเตอร์’ มีความสำคัญต่อการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจหนึ่งๆ เติบโตโดยผ่านการพัฒนาผลิตภาพ นวัตกรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Porter & Kramer, 2011: 12) ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในภาพรวมของคลัสเตอร์

ประเด็นสำคัญที่ Porter ต้องการอธิบายก็คือ ‘ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของภาคธุรกิจ’ ที่มาจากการเพิ่มผลิตภาพ อันเป็นผลมาจากการพัฒนา ‘คุณภาพในระดับสูงของบริษัท’ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้มีได้เกิดจากปัจจัยภายในบริษัทเพียงอย่างเดียว Porter มองว่าปัจจัยที่สำคัญกว่าแต่กลับถูกมองข้ามไปก็คือ ‘สภาพแวดล้อมของธุรกิจในเศรษฐกิจระดับจุลภาค’ ซึ่งก็คือ ‘คลัสเตอร์’ ที่บริษัทนั้นตั้งอยู่นั่นเอง

Porter ได้สร้างเครื่องมือในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเสริมสร้างขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของคลัสเตอร์ที่เรียกว่า ‘แบบจำลองระบบเพชร’ (diamond model) ดังปรากฏในแผนภาพข้างล่างนี้



แผนภาพที่ 2: แบบจำลองระบบเพชร (diamond model – อ้างจาก Porter, 2000: 20)

ประการแรก เงื่อนไขด้านปัจจัยนำเข้า (factor or input conditions) หมายถึง สินทรัพย์ที่จับต้องได้ (อาทิ โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรมนุษย์ ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ) และสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (ได้แก่ ข้อมูลที่สำคัญ สถาบันวิจัยและพัฒนา กฎหมายการลงทุน) ในการเพิ่มผลิตภาพจำเป็นต้องมีการพัฒนาปัจจัยนำเข้าเหล่านี้ และทำให้เกิดความเฉพาะที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานขององค์การภายในคลัสเตอร์

สอง บริบทของการแข่งขันและยุทธศาสตร์ของบริษัท (context for firm strategy and rivalry) หมายถึง กฎ/ระเบียบ แรงจูงใจ และบรรทัดฐานต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการแข่งขัน ในกรณีที่เศรษฐกิจไม่มีการแข่งขันจะส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่พยายามปรับปรุงประสิทธิภาพ หรือในท้องถิ่นที่มีค่าจ้างต่ำก็จะส่งผลให้ธุรกิจใช้มาตรการกดค่าจ้าง ลดคุณภาพของวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลาง หรือใช้กลยุทธ์การลอกเลียนแบบ อันทำให้ผลิตภาพไม่เพิ่ม ตรงข้ามกับในประเทศที่มีอัตราค่าจ้างสูงและมีสภาพแรงงานเข้มแข็ง ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถกดค่าจ้างได้ พวกเขาจึงหันมาแสวงหากลยุทธ์ในการแข่งขันด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ พัฒนาระบบการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยีระดับสูง การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาฝีมือแรงงาน หรืออาจเรียกโดยรวมว่าเป็นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (differentiation strategy) อันนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม และเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นลงทุนทางกายภาพไปสู่ทุนที่จับต้องไม่ได้ (ทักษะ ความรู้ และเทคโนโลยี) นโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมนวัตกรรมและผลิตภาพนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการแข่งขัน คຸ້ມครองทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และปราบปรามการคอร์รัปชัน

สาม เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (demand conditions) หมายถึง ลักษณะและขนาดของอุปสงค์ต่อสินค้าในคลัสเตอร์ อุปสงค์เป็นเงื่อนไขสำคัญของการขยายตัวทางธุรกิจ หากเป็นอุปสงค์ที่มุ่งเน้นสินค้าราคาต่ำและไม่เรียกร้องการบริการที่ดีก็จะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหันมาผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำ และลอกเลียนแบบ อันตรงข้ามกับคลัสเตอร์ที่ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อและมีรสนิยมสูงก็จะต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง อันเป็นเงื่อนไขให้ผู้ประกอบการแข่งขันกันด้วยกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพและความแตกต่าง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและเพิ่มผลิตภาพในระยะยาว

ประการสุดท้าย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (related and supporting industries) โดยทั่วไปแล้ว ภายในคลัสเตอร์หนึ่งๆ มีหน่วยธุรกิจที่พึ่งพิงต่อกัน นอกจากนี้ยังมีสถาบันสนับสนุนต่าง ๆ อาทิ ศูนย์ฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ สมาคมการค้า สมาคมผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยธุรกิจที่หนุนเสริมต่อกันเหล่านี้ต่างเป็นพลังเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนานวัตกรรมและคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ ผู้ผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพและสร้างความแตกต่าง จะกระตุ้นให้ซัพพลายเออร์ที่แข่งขันกันหันมาใช้กลยุทธ์ในการเอาชนะคู่แข่งด้วยการส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ เป็นต้น

‘คลัสเตอร์’ ส่งผลต่อการเพิ่มผลิตภาพ เนื่องจากภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันมาตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้แต่ละบริษัทสามารถจัดหาวัตถุดิบ อุปกรณ์ ชิ้นส่วน เครื่องจักร ข้อมูลข่าวสาร และแรงงานที่มีฝีมือเฉพาะด้านได้ง่าย ผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์เดียวกันย่อมมีโอกาสปฏิสัมพันธ์ต่อกัน รู้จักกันและสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยต่อกัน อันทำให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ง่าย โดยเสียค่าใช้จ่ายในการแสวงหาปัจจัยนำเข้าในอัตราต่ำ การโอนย้ายงานบางอย่างไปให้บริษัทรับเหมาช่วงดำเนินการก็กระทำได้ง่ายกว่า รวมทั้งภาคธุรกิจยังแสวงหาความร่วมมือระหว่างกัน อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้มีการปรับปรุงกิจการอยู่ตลอดเวลา (Porter, 1998: 81)

Porter ได้จำแนกการหนุนเสริมระหว่างกันภายในคลัสเตอร์ (complementarities) ออกเป็น 3 รูปแบบ (1998: 81 – 82; 2000: 22):

รูปแบบแรก การหนุนเสริมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อลูกค้า (complementary products for the buyer) เนื่องจากลูกค้าต้องการบริโภคหลายๆ อย่าง ซึ่งผลิตจากหลายๆ บริษัท อาทิ การท่องเที่ยว ซึ่งลูกค้าต้องการทั้งห้องพัก ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ ขายหาที่สะอาด ถนนที่ปลอดภัย ฯลฯ ดังนั้นในการพัฒนาคลัสเตอร์จะต้องดำเนินการในทุก ๆ หน่วยธุรกิจไปพร้อม ๆ กัน ผลิตภัณฑ์ของแต่ละหน่วยธุรกิจต่างส่งผลกระทบต่อลูกค้าและกระทบต่อคลัสเตอร์โดยรวม อันส่งผลให้ผู้ประกอบการที่หนุนเสริมกันเกิดแรงกระตุ้นที่จะประสานงานและรวมตัวกันเพื่อเสริมธุรกิจและบริการระหว่างกันและกันอย่างใกล้ชิด

รูปแบบที่สอง การประสานกิจกรรมข้ามบริษัทเพื่อเพิ่มผลิตภาพโดยรวมของคลัสเตอร์ (complementarities due to a better alignment of activities among cluster participants) หมายถึง ธุรกิจภายในคลัสเตอร์ที่บูรณาการกันตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ต่างพึ่งพิงต่อกัน อาทิ อุตสาหกรรมไวน์ ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเพาะต้นกล้าองุ่นที่มีคุณภาพ ผู้ปลูกและผลิตองุ่น บริษัทผลิตไวน์ บริษัทผลิตถังไม้โอ๊ค บริษัทผลิตขวดไวน์ บริษัทผลิตจุกไม้ก๊อก ฯลฯ ดังนั้นการปรับปรุงผลิตภาพสามารถกระทำได้โดยการประสาน/เชื่อมโยงระหว่างทุก ๆ ห่วงโซ่มูลค่าของภาคธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปพร้อม ๆ กัน ในทุก ๆ ขั้นตอน

รูปแบบที่สาม การหนุนเสริมต่อกันทางการตลาด (marketing complementarities) เมื่อคลัสเตอร์สามารถพัฒนาจนกระทั่งมีชื่อเสียง ก็จะส่งผลให้บริษัทที่ตั้งอยู่ในคลัสเตอร์นั้นได้รับความน่าเชื่อถือตามไปด้วย

เช่น ความมีชื่อเสียงของคลัสเตอร์เครื่องหนังในอิตาลี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผลิตรองเท้า ผลิตเสื้อผ้าหนัง เข็มขัดหนัง กระเป๋าหนัง และถุงมือหนัง ฯลฯ ต่างได้รับความนิยมตามไปด้วย นอกจากนี้สมาชิกของคลัสเตอร์ยังสามารถประสานงานเพื่อทำการตลาดร่วมกัน อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดทำนิตยสารเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าร่วมกัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การที่หน่วยธุรกิจเข้ามาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันนั้นมิได้นำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยตัวมันเอง แต่จุดแข็งของคลัสเตอร์เกิดจากการจัดการกับพลังของการแข่งขันไปพร้อม ๆ กับความร่วมมือระหว่างภาคีต่าง ๆ ในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การพัฒนาคลัสเตอร์จึงจำเป็นต้องเสริมสร้างช่องทางการสื่อสารแบบเปิดหลายๆ ช่องทาง เพื่อก่อให้เกิดความไว้วางใจและความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลจากการสื่อสารแบบเปิดจะนำไปสู่การพัฒนาคลัสเตอร์และการเพิ่มผลิตภาพอย่างแท้จริง

แนวคิด ‘คลัสเตอร์’ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ อาทิ อิตาลี ฮังการี ฝรั่งเศส ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย โปแลนด์ เอสโตเนีย และยูเครน เป็นต้น (Bezkhlibna & Nykonenko, 2017: 7) โดยมีผลงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตทางภูมิศาสตร์หนึ่งๆ นั้น หน่วยธุรกิจมีการเชื่อมโยงที่ก่อให้เกิดการหนุนเสริมต่อกัน และการบูรณาการในแนวราบระหว่างหน่วยธุรกิจ สมาคมการค้า หน่วยงานรัฐ สถาบันวิจัยและพัฒนา และสถานการศึกษา ซึ่งการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ที่มีบูรณาการในแนวตั้งและแนวนอนนั้น ได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัย

2. แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder theory) ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย “the Stanford Research Institute” ในทศวรรษ 1960 โดยให้การนิยามว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหมายถึง คนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งหากพวกเขาไม่ให้การสนับสนุนก็จะส่งผลให้องค์การดำเนินการต่อไปไม่ได้ กลุ่มดังกล่าวได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า ซัพพลายเออร์ ผู้ให้เงินกู้ และสังคมโดยทั่วไป ต่อมาแนวคิดนี้ได้พัฒนาขึ้นในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจโดย R. E. Freeman (1984) ซึ่งได้นิยามว่า “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง กลุ่มหรือบุคคลใด ๆ ที่สามารถส่งผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จขององค์การ”

แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีรากฐานมาจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ (strategic management) ในศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ แนวคิดนี้มองว่าโดยทั่วไปแล้ว องค์การจะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย โดยแต่ละกลุ่มต่างมีอิทธิพลต่อองค์การที่แตกต่างกัน และมีความรับผิดชอบต่อองค์การที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นในการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้น องค์การควรจะผนวกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ด้วย (Freeman & Reed, 1983: 90)

Donaldson & Preston (1995) ได้แบ่งแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 แนว ได้แก่ 1) แนวคิดเชิงพรรณนาความ (descriptive approach) ซึ่งมุ่งบรรยายถึงพฤติกรรมที่เป็นจริงของผู้จัดการ บริษัท และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ 2) แนวคิดเชิงเครื่องมือ (instrumental approach) มุ่งศึกษาผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ และพยายามค้นหาทางออกเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันและหนุนเสริมกันได้อย่างเหมาะสม และ 3) แนวคิดเชิงปทัสฐาน (normative approach) สนใจพันธะผูกพันทางจริยธรรมของผู้จัดการที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันส่งผลต่อการกำหนดผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Jones (1995) ได้จำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น ‘ภายในองค์กร’ (internal stakeholders) และ ‘ภายนอกองค์กร’ (external stakeholders) ส่วน Clarkson (1995: 107) ได้จำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น ‘ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปฐมภูมิ’ (primary stakeholders) หมายถึง กลุ่มที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดขององค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และซัพพลายเออร์ ซึ่งองค์กรควรดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้ให้ได้รับความเป็นธรรมและกระจายประโยชน์แก่พวกเขาอย่างเหมาะสมและสมดุล ส่วนกลุ่มที่สอง คือ ‘ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุติยภูมิ’ (secondary stakeholders) หมายถึง กลุ่มที่ไม่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร แต่กลับมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อองค์กร รวมทั้งได้รับอิทธิพลหรือได้รับผลกระทบจากองค์กร อาทิ สื่อมวลชน และกลุ่มผลประโยชน์

เมื่อนำแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประยุกต์ใช้กับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะพบว่าแนวคิดนี้มีประโยชน์อย่างมากในการระบุว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบ้าง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในหรือภายนอก เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปฐมภูมิหรือทุติยภูมิ ในกรณีที่ชุมชนมีการวางแผน และดำเนินโครงการบางอย่าง ชุมชนก็สามารถนำแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้ในการกำหนดว่าใครบ้างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องเชิญมาเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับใดบ้าง รวมทั้งในการบริหารจัดการ CBT นั้นมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างความร่วมมือและแสวงหาการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้กลุ่มต่าง ๆ ได้เข้าร่วมดำเนินกิจกรรมกับ CBT และได้รับการจัดสรรประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าว อันจะส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในการจัดทำ CBT โดยไม่เกิดความรู้สึกว่ามีสมาชิกบางคนถูกทอดทิ้งไว้ข้างหลัง

Robson & Robson (1996) ได้เสนอแนวคิดในการจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับภาคการท่องเที่ยวว่า จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องผนวกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังจะต้องนำผลประโยชน์ ความห่วงใย และเป้าประสงค์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุก ๆ กลุ่มเข้ามาบูรณาการไว้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์อีกด้วย เพื่อหาทางจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่วางอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมทางธุรกิจ และนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยการเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม

ผลงานวิจัยของ Yuksel และคณะ (1999) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการท่องเที่ยวและการวางแผนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในน้ำตก Pamukkale ประเทศตุรกี อันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทสำคัญและเป็นผู้มีอำนาจในธุรกิจการท่องเที่ยว (อาทิ รัฐบาล เจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้จัดการรีสอร์ท และสมาคมการท่องเที่ยว เป็นต้น) จะมีอิทธิพลสูงต่อการนำแผนการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ส่วนผู้ที่มีอำนาจน้อยก็เข้าร่วมในรูปของการจ้างงาน การจำหน่ายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือต่าง ๆ ข้อเสนอของ Yuksel และคณะ ก็คือ ควรส่งเสริมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มให้มีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ สูงขึ้น ในขณะที่ความขัดแย้งทางสังคมจะลดลงได้ในระยะยาว

C. Aas และคณะ (2005) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว ซึ่งเป็นเขตมรดกโลก ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมมีความแตกต่างกันในแต่ละแห่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบททางการเมืองและวัฒนธรรมของแต่ละแห่ง ในหลายๆ ชุมชน พบว่าการมีส่วนร่วมขาดช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ และขาดการทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างฝ่ายดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวกับฝ่ายอนุรักษ์มรดกโลก ในขณะที่ชาวบ้านขาดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและ

แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ชาติเงินทุนในการพัฒนา ชาติการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ รวมทั้งรัฐยังคงรวมศูนย์อำนาจไว้อย่างแน่นหนา

กล่าวโดยสรุป แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีประโยชน์ต่อการศึกษา CBT เพื่อให้สามารถระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุมและรอบด้าน สามารถจำแนกประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอก ทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ทั้งกลุ่มที่สำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินนโยบาย กับกลุ่มที่ไม่ค่อยสำคัญแต่สามารถสร้างผลกระทบต่อนโยบายได้อย่างสูงเช่นกัน นอกจากนี้แนวคิดนี้ยังให้ความสำคัญกับประเด็นจริยธรรมทางธุรกิจ โดยสนับสนุนให้ทุก ๆ กลุ่มได้มีส่วนร่วมและรับประโยชน์จาก CBT ภายใต้ฐานคิดที่ว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นพื้นฐานสำคัญของการกระจายดอกผลที่เกิดจากการพัฒนา CBT ที่เป็นธรรม ลดความขัดแย้ง และเพิ่มความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ได้

3. แนวคิดเครือข่ายทางสังคม

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (social networks approach) แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงแรกโดยนักมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา ทฤษฎีนี้โดยภาพรวมมองว่า เครือข่ายทางสังคมเป็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคล โดยมีแรงยึดเหนี่ยวที่มองไม่เห็น ได้แก่ ความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย การทำสัญญา และความผูกพันทางสายเลือด อาทิ เครือญาติ กลุ่มเพื่อน เครือข่ายของผู้ประกอบการ เป็นต้น เครือข่ายดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของสมาชิก การศึกษาเครือข่ายทางสังคม จะทำให้สามารถเข้าใจโครงสร้างของความสัมพันธ์ทางสังคม

กล่าวโดยสรุป เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ชุดของความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ทำหน้าที่ในการปฏิสังสรรค์โดยเชื่อมโยงกันผ่านศูนย์ย่อย (nodes) ซึ่งสามารถเขียนในรูปของกราฟเพื่อแสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ในภาพรวมได้ (Pattison, 1981: 242) โดยหน่วยที่มาเชื่อมโยงกันดังกล่าว อาจเป็นบุคคล หรือกลุ่ม หรือองค์การก็ได้ (Katz et. al., 2008) ความสัมพันธ์ในรูปของเครือข่ายทางสังคม เป็นช่องทางการสื่อสารในแนวนอน อันทำให้เครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจสามารถส่งข่าวสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดนวัตกรรม และเพิ่มพูนขีดความสามารถในการแข่งขัน (Powell, 1990) นอกจากนี้ยังมีการนำแนวคิดที่ว่าด้วยเครือข่ายมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบของ ‘ภาคีภิบาล’ (governance) ที่ประกอบด้วยหลายๆ องค์การที่พึ่งพิงต่อกันและยึดโยงกันด้วยความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ บนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมและ/หรือเป้าหมายร่วม (O’Toole, 1997:45)

การศึกษาเครือข่ายทางสังคมทำให้สามารถเข้าใจถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างหน่วยต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อน อาจจะเชื่อมโยงกันโดยตรง (directed) หรือโดยอ้อม (undirected) ซึ่งอาจมีศูนย์กลาง หรือปราศจากศูนย์กลางก็ได้ ประกอบด้วยศูนย์ย่อยไม่กี่ศูนย์หรือหลายศูนย์ก็ได้ อาจเป็นเครือข่ายขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ (พิจารณาจากจำนวนสมาชิก) ยึดโยงกันด้วยกลไกนามธรรม (ความไว้วางใจ และความสัมพันธ์แบบถ้อยทีถ้อยอาศัย) หรือกลไกรูปธรรม (การทำสัญญา การแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ)

สำหรับการวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ภายในเครือข่าย สามารถใช้ 3 มโนทัศน์เป็นเครื่องมือ กล่าวคือ 1) ‘ตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลาง’ (centrality of the position) หมายถึง หน่วยหนึ่งที่มีหน่วยอื่น ๆ หลายหน่วยเข้ามาเชื่อมโยงด้วย ซึ่งหน่วยศูนย์กลางที่มีหน่วยอื่นเข้ามายึดโยงจำนวนมากแสดงว่าเป็นหน่วยที่มีอำนาจ ส่วนหน่วยที่มีหน่วยอื่นเข้ามายึดโยงน้อย แสดงว่ามีอำนาจน้อยตามไปด้วย 2) ‘ความหนาแน่นของความสัมพันธ์’ (density of relationships) หมายถึง การยึดโยงกันไปมาระหว่างหน่วยต่าง ๆ ภายในเครือข่ายทั้งหมด หากมีการยึดโยงกันไปมาอย่างแน่นหนาแสดงว่าเครือข่ายดังกล่าวมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกกันสูง

และ 3) ‘ความเหนียวแน่นในการยึดโยงความสัมพันธ์’ (the strength of interpersonal ties) หมายถึง ลักษณะและความเข้มข้นของความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยต่อหน่วยภายในเครือข่าย ซึ่งพิจารณาจากความเข้มข้นทางด้านอารมณ์ (emotional intensity) ความใกล้ชิด (intimacy) และความถี่ในการติดต่อระหว่างกัน (frequency of contacts) หากการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยต่อหน่วยมีความเข้มข้นทางอารมณ์ มีความใกล้ชิด และมีความถี่ในการติดต่อกันสูง แสดงว่ามีความผูกพันที่เหนียวแน่น (strong ties) (Pavlovich, 2001; 2003) ทฤษฎีนี้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายหนึ่งกับอีกเครือข่ายหนึ่ง อันทำให้มีการแลกเปลี่ยนและส่งข่าวสารระหว่างกันได้อีกด้วย

สำหรับการนำแนวคิดเครือข่ายทางสังคมไปศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว พบว่ามีเป็นจำนวนมาก (Thaithong, 2016; Ziakas & Cota, 2010; Pavlovich, 2003; 2001; Pavlovich & Kearins, 2004; Pforr, 2006; Kimbu & Ngoasong, 2013; Denicolai et al., 2010) ทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายเดียว และความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย อาทิ การศึกษาของ Ziakas & Costa (2010) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมในธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงด้วยความไว้วางใจและการช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกัน ส่งผลต่อการวางแผนและการนำไปปฏิบัติ เนื่องจากความไว้วางใจและการถ้อยทีถ้อยอาศัยจะส่งผลให้เกิดพลังเพิ่มแบบทวีคูณ (synergy) โดยผ่านการแบ่งปันข้อมูลและการถ่ายทอดความรู้จากหน่วยต่าง ๆ ภายในเครือข่าย ดังนั้นการวิเคราะห์และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายจึงมีความสำคัญต่อการอธิบายถึงความร่วมมือระหว่างหน่วยต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

Pforr (2006) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในเขตปกครองทางเหนือของออสเตรเลีย (Northern Territory of Australia) ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการมีความร่วมมือกันสูง เนื่องจากเครือข่ายของพวกเขายึดโยงกันด้วยความมีชื่อเสียงที่ค้ำประกันให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน (reputational ties) และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนี้ Pforr ยังได้ศึกษาถึงผู้แสดงหลักที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสามารถระบุถึงบุคคลที่เป็นผู้แสดงหลักทางธุรกิจและทางการเมืองได้จากความผูกพันที่เครือข่ายอื่น ๆ เชื่อมโยงมายังตนเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากผู้แสดงหลักมีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายอื่น ๆ อย่างเข้มข้นและกว้างขวาง ส่งผลให้ผู้แสดงหลักมีอิทธิพลทางการเมืองจนกลายเป็นผู้มีบทบาทครอบงำและควบคุมกระบวนการนโยบายได้อย่างมาก

การศึกษาเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวขนาดเล็กในบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันตกของสกอตแลนด์ (West Coast of Scotland) ของ Tinsley & Lynch (2008) พบว่า มีการจำแนกบรรทัดฐานของเครือข่ายออกเป็นระดับบุคคล ระดับธุรกิจ และระดับชุมชน โดยบรรทัดฐานของเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหน้าใหม่ซึ่งต้องการเป็นที่ยอมรับของเครือข่ายในท้องถิ่นโดยการปฏิบัติตามบรรทัดฐานของชุมชน การเป็นที่ยอมรับของเครือข่ายดังกล่าวถือเป็นก้าวสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของพวกเขา ในขณะที่บรรทัดฐานของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการหันหน้ามาร่วมมือกัน และไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเกินไป จึงอาจกล่าวได้ว่าบรรทัดฐานของเครือข่ายชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

การศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะแห่งหนึ่งในมาเลเซียของ Ghazali (2005) พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีการเชื่อมโยงต่อกันในลักษณะเครือข่ายที่เหนียวแน่น โดยมีปัจจัยสำคัญที่ยึดโยงสมาชิกเข้าด้วยกัน คือ ความเป็นเครือญาติ เพื่อนฝูง และความสนิทสนมคุ้นเคย มีการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่ายโดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการและความไว้วางใจ ซึ่งเครือข่ายที่เหนียวแน่นดังกล่าวได้

เอื้ออำนวยให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูล การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และการแบ่งปันความรู้ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย

ผลงานที่น่าสนใจหลายชิ้นได้ศึกษาเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและถ่ายทอดความรู้ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย อาทิ Pavlovich & Kearins (2004) ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่า การนำแนวคิดที่ว่าด้วยเครือข่ายมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวจะทำให้สามารถเข้าใจถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปตามช่องทางของเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี การศึกษาของ Taplin (2011) ได้แสดงให้เห็นว่าภายในคลัสเตอร์ด้านการท่องเที่ยว นั้น สมาชิกของเครือข่ายมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน อันนำไปสู่กระบวนการสื่อสารและแบ่งปันความรู้ต่อกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและการพัฒนาของคลัสเตอร์ดังกล่าว

4. แนวคิดการจัดการภาคีสาธารณะ

แนวคิดการจัดการภาคีสาธารณะ (new public governance - NPG) เป็นแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงสิ้นสุดศตวรรษที่ 20 เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของแนวคิดการจัดการสาธารณะแบบดั้งเดิม หรือระบบราชการที่เน้นรวมศูนย์อำนาจ การบังคับบัญชาหลายชั้น และมีระเบียบข้อบังคับมาก ขาดความยืดหยุ่น เน้นงานประจำ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงไม่ได้ และขาดนวัตกรรม

เมื่อโลกก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 พบว่าภาคประชาสังคมและภาคธุรกิจต่างต้องการเข้าร่วมดำเนินงานสาธารณะในรูปแบบ NPG เช่น ภาคธุรกิจและประชาสังคมเข้าร่วมกับหน่วยงานปกครองในการวางแผนท้องถิ่น ชุมชนเข้าร่วมกับรัฐในการจัดการศึกษา ความร่วมมือระหว่างภาคีต่าง ๆ ในการรักษาความปลอดภัยของชุมชน ศูนย์เลี้ยงเด็ก การดูแลผู้สูงอายุ การจัดการป่าชุมชน และ CBT ที่จัดการในรูปแบบของคณะกรรมการร่วมที่มาจากภาคีอันหลากหลาย เป็นต้น กล่าวได้ว่า NPG ได้ขยายตัวอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา (Osborne, 2010; Peters, 2010; Bovaird and Löffler, 2005; Cheema, 2005)

การขยายตัวของ NPG ที่กล่าวมาข้างต้น เกิดจากเงื่อนไขดังต่อไปนี้ ประการแรก ปัญหาสังคมในยุคปัจจุบันมีลักษณะซับซ้อนและมีขอบเขตกว้างขวาง (Cheema, 2005: 21) อันทำให้ภาครัฐเพียงฝ่ายเดียวมีอาจตอบสนองได้ จึงจำเป็นต้องเปิดพื้นที่ให้ภาคีต่าง ๆ เข้ามาร่วมดำเนินการด้วย NPG จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการประสานงานระหว่างภาคีต่าง ๆ สำหรับการดำเนินงานสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ประการที่สอง ประชาชนไม่พึงพอใจในคุณภาพของบริการที่รัฐจัดให้ (Cheema, 2005: 21) ในขณะที่พวกเขาต้องการเข้าร่วมดำเนินงานสาธารณะ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการอันมีลักษณะเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้ เช่น การฟื้นฟูตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งโดยปกติภาครัฐมักมองข้ามศักยภาพในการพัฒนาตลาดน้ำดังกล่าว ในขณะที่ชุมชนซึ่งมีความใกล้ชิดและผูกพันกับท้องถิ่นทำให้มองเห็นโอกาสในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน ตลาดน้ำหลายแห่งจึงริเริ่มขึ้นโดยชุมชนภายใต้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประการที่สาม กระแสความคิดที่ปฏิเสธระบบราชการแบบดั้งเดิมที่เน้น ‘ความประหยัดในขนาด’ (economy of scale) แต่ในยุคปัจจุบันนี้กลับมองว่าองค์กรขนาดใหญ่ ที่แบ่งงานออกเป็นแผนกอย่างซับซ้อน มีสายการบังคับบัญชายาว และมีระเบียบข้อบังคับมากมายนั้น ก่อให้เกิดความล่าช้า ไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่เกิดการเรียนรู้ และไม่อยู่ในสถานะที่จะแข่งขันได้ อันทำให้เกิดแนวคิดในการปฏิรูปองค์การหลายแนวคิด (Pestoff and Brandsen, 2010) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ‘การลดขนาดในองค์การ’ พร้อม ๆ กับขยายพื้นที่ว่างสำหรับให้ภาคธุรกิจและประชาสังคมได้มีส่วนร่วม เพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐในการให้บริการสาธารณะ

ประการที่สี่ การเติบโตของภาคประชาสังคมตั้งแต่ช่วงหลังศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ทั้ง NGO รากหญ้า และกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ สามารถพัฒนาความเข้มแข็งและต้องการเข้าร่วมเป็นภาคีในการดำเนินงานสาธารณะกับภาครัฐอย่างกระตือรือร้น (Cheema, 2005: 19) ดังจะพบว่า กระบวนการนโยบายของรัฐในช่วงกว่า 20 ปีที่ผ่านมา จะมีภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจ อันเป็นเงื่อนไขของการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของทุก ๆ ฝ่ายได้

องค์ประกอบสำคัญของ NPG มีดังนี้ ประการแรก การกระจายอำนาจสู่รัฐบาลท้องถิ่นและภาคประชาสังคม อันส่งผลให้ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจและมีส่วนร่วมในงานสาธารณะมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาภาคประชาสังคมให้กลายเป็นภาคี/หุ้นส่วนทางสังคมที่เข้มแข็ง เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาคนและพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพัฒนาประชาธิปไตยในระดับรากหญ้าที่เข้มแข็งในท้ายที่สุด

สอง ในอดีตรัฐมองว่างานสาธารณะเป็นหน้าที่ของรัฐแต่เพียงผู้เดียว ส่วนประชาชนเป็นแต่เพียงผู้รับบริการ อันตรงข้ามกับแนวคิด NPG ที่มองว่าแม้ภาครัฐเป็นผู้รับผิดชอบหลัก แต่งานสาธารณะเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ดังนั้นทุกคนจึงมีสิทธิเข้าร่วมได้ โดยภาครัฐจะต้องเปิดกว้างต่อการเข้าร่วมของภาคีต่าง ๆ รวมทั้งควรสนับสนุนให้ภาคธุรกิจและประชาสังคมได้เข้าร่วมในการดำเนินงานสาธารณะอย่างกว้างขวางอีกด้วย กระนั้นก็ตาม ภาครัฐมีอาจผลักความรับผิดชอบไปให้แก่ภาคีต่าง ๆ ได้ทั้งหมด ความรับผิดชอบต่องานสาธารณะยังคงเป็นของรัฐอยู่เช่นเดิม เพียงแต่รัฐหันมาทำหน้าที่เป็นผู้กำกับทิศทาง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการแก่ประชาชนโดยตรง (steer, not row)

ประการสุดท้าย การดำเนินงานของ NPG อยู่ในรูปภาคีอันหลากหลาย อาทิ หน่วยงานรัฐจากหลายๆ หน่วยงาน ภาคเอกชน ชุมชน NGO สถาบันวิชาการ กลุ่มวิชาชีพ และองค์การระหว่างประเทศ (Kennett, 2010) โดยสามารถจัดตั้งในลักษณะชั่วคราว หรือจัดตั้งในรูปแบบถาวร (เช่น คณะกรรมการจัดการตลาดน้ำ ฯลฯ) การจัดการภาคีสาธารณะจะมีโครงสร้างองค์การแบบแบนราบ (flat) ความสัมพันธ์ระหว่างภาคีต่าง ๆ มิได้จัดลำดับชั้นและไม่มีสายการบังคับบัญชา รวมทั้งการดำเนินงานที่ไม่เป็นทางการ

ตัวอย่างการนำแนวคิด NPG มาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ Mario Franco & Cristina Estevao (2010) ได้ศึกษาความร่วมมือเป็นภาคีระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีอีกหลายชิ้นที่มีได้นำมากล่าวถึงในที่นี้ แต่โดยภาพรวม ผลงานเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ที่มีการจัดการท่องเที่ยวแบบ NPG นั้น โดยทั่วไปรัฐบาลกลางจะกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบ โดยดำเนินการในรูปคณะกรรมการที่ประกอบด้วย สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ชุมชน และ NGO ซึ่งมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และความสำนึกรับผิดชอบ อันส่งผลให้การดำเนินงานมีความเป็นธรรม ความขัดแย้งต่ำ คอร์รัปชันต่ำ ทุนทางสังคมเพิ่มสูงขึ้น อันส่งผลให้เกิดการพัฒนาสังคมในภาพรวม ในกรณีของประเทศไทยนั้น ธนันท์ธร ลิทธิพงษ์ศิริ (2556) ได้ศึกษาการจัดตั้งตลาดน้ำอัมพวา ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างเทศบาล หอการค้าจังหวัด ชาวบ้านริมคลอง และแม่ค้าท้องถิ่น ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาในช่วงต้นสามารถดำเนินการไปได้อย่างน่าพึงพอใจ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง 4 แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาการจัดการ CBT

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดทั้ง 4 คือ แนวคิดคลัสเตอร์ แนวคิดเครือข่ายทางสังคม แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวคิดภาคีสาธารณะ การศึกษาครั้งนี้พบว่าทั้ง 4 แนวคิดแม้มีลักษณะคล้ายคลึงกันในด้าน แต่ก็มีรากฐานความเป็นมาที่ต่างกัน กล่าวคือ แนวคิดคลัสเตอร์มีรากฐานมาจากศาสตร์ทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่มองว่า CBT ที่เหมาะสมจะต้องส่งเสริมการบูรณาการในแนวตั้ง ผ่านการหนุนเสริม

ระหว่างกันและกันในทุก ๆ ท่วงโซ่ของมูลค่า ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งการบูรณาการในแนวนอน ระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมธุรกิจ และสถาบันการศึกษา ภายใต้บริบทของธุรกิจการ ท่องเที่ยวที่มีการแข่งขัน อันจะส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

แนวคิดคัสเตอร์มองว่า การหนุนเสริมกันและกัน (complementarities) ระหว่างภาคีต่าง ๆ เป็น ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่มีความเป็นสถาบัน ดำรงอยู่อย่างเป็นภาวะวิสัย และค่อนข้างเป็นทางการ จุดอ่อน ของแนวคิดนี้ก็คือ ละเลยมิติความสัมพันธ์ที่เป็นอัตวิสัยและการเชื่อมโยงที่ไม่เป็นทางการ ทั้ง ๆ ที่ความเป็น จริงคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ‘ความสัมพันธ์แบบส่วนตัว/ไม่เป็นทางการ’ นั้น เป็นความสัมพันธ์ที่มีความเหนียวแน่น เนื่องจากถ้อยคำเป็นตาข่ายที่ยึดโยงด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูล และความไว้วางใจต่อกัน จุดอ่อนของ แนวคิดคัสเตอร์จึงถูกเสริมด้วยแนวคิดเครือข่ายทางสังคม ที่มีรากฐานมาจากศาสตร์ทางด้านสังคมวิทยาและ มานุษยวิทยา แต่แนวคิดหลังนี้ไม่ได้พิจารณาถึงการเชื่อมโยงแบบบูรณาการในแนวดิ่งและแนวนอนในเชิงภาวะ วิสัย ซึ่งเป็นจุดแข็งของแนวคิดคัสเตอร์ อย่างไรก็ตาม ในจัดการ CBT นั้น ไม่อาจให้ความสำคัญแต่เฉพาะ เครือข่ายทางสังคมได้ เนื่องจากในแต่ละชุมชนอาจประกอบด้วยเครือข่ายมากกว่าหนึ่งเครือข่าย นอกจากนี้ยังมี ชาวบ้านและหน่วยธุรกิจอิสระที่ไม่เข้าร่วมกับเครือข่ายใด ๆ อีกจำนวนหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงกล่าวได้ว่า ภายใน ชุมชนหนึ่งๆ อาจไม่มีเครือข่ายใดที่สามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนอันชอบธรรมของชุมชนในภาพรวมได้อย่าง แท้จริง ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ เพื่อจะได้เปิดพื้นที่ ให้กับทุก ๆ กลุ่มได้มีส่วนร่วม เกิดความเป็นธรรม และเสริมสร้างทุนทางสังคม ในขณะที่แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วน เสียเรียกร้องให้ผนวกกลุ่มต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายเท่านั้น แต่แนวคิดการจัดการภาคี สาธารณะมีข้อเสนอที่ไปไกลกว่านั้น คือ ต้องการให้ภาคีต่าง ๆ จับมือกันเพื่อบริหารจัดการ CBT ร่วมกัน อันจะ ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ประเด็น	คัสเตอร์	เครือข่ายทางสังคม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	NPG
รากฐานทางทฤษฎี	การจัดการเชิงกลยุทธ์	สังคมวิทยา และ มานุษยวิทยา	การจัดการเชิงกลยุทธ์ & จริยธรรมทางการบริหาร	รัฐ ประศาสนศาสตร์
นักคิดที่เป็นรากฐานของทฤษฎี	M. E. Porter (1990s)	A. Radcliffe-Brown G. C. Homans R. Emerson (1930s – 1960s)	R. E. Freeman A. B. Carroll (1980s – 1990s)	S. P. Osborne V. Pestoff B. G. Peters (2000s – 2010s)
ตัวอย่างผลงานที่นำแนวคิดทฤษฎีไปศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	Kibicho (2008) Jackson & Murphy (2002) Thaithong (2016)	Pforr (2006) Thaithong (2016)	Aas et al. (2005) Byrd et al. (2009) Yuksel et al. (1999) Robson & Robson	Franco & Estevao (2010)

	Mabuzu (2006)	Taplin (2011) Pavlovich (2001) ภัทรกร และคณะ (2553)	(1996) Thaithong (2016)	Laws et al. (2011) Richins et al. (2011) On Mon (2015) ธนันท์ธร (2557)
ผู้แสดงหลักที่ศึกษา	ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่พึ่งพิงต่อกันในห่วงโซ่มูลค่า และบูรณาการกับภาครัฐ สถานศึกษา	เครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงต่อกันด้วยความไว้วางใจ และการแลกเปลี่ยน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรองในกระบวนการนโยบายการท่องเที่ยว	ภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาสังคม
ประเด็นที่มุ่งศึกษา & ให้ ความสำคัญ	การบูรณาการแนวตั้ง & แนวนอน ทำให้คลัสเตอร์เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	ความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายที่ก่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลช่วยเหลือเกื้อกูล และร่วมมือกันจัดทำ CBT	การมีส่วนร่วม ลดความขัดแย้ง และสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนา CBT ที่เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย	การจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยภาคีต่างๆ เพื่อให้เกิดคุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง 4 แนวคิด

กล่าวโดยสรุป แนวคิดที่นำเสนอประกอบด้วย การบริหารจัดการคลัสเตอร์ เครือข่ายทางสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และภาคีสาธารณะ ซึ่งแนวคิดทั้ง 4 ต่างมีจุดแข็งและจุดอ่อน แต่เมื่อนำแนวคิดทั้ง 4 มาบูรณาการเข้าด้วยกัน จะก่อให้เกิดการแก้ไขจุดอ่อนของกันและกัน พร้อม ๆ กับเสริมจุดแข็งให้แก่งกันและกัน อันจะทำให้สามารถนำไปใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับ CBT ได้อย่างรอบด้านและละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

บทสรุป

บทความนี้ได้แสดงให้เห็นว่า CBT ได้กำเนิดขึ้นในต่างประเทศเมื่อประมาณ 30 กว่าปีมาแล้ว และมีการนำมาดำเนินการในประเทศไทยเมื่อประมาณ 20 ปีที่ผ่านมาเอง ผลการศึกษาพบว่าแนวคิดในการจัดการ CBT ที่ได้รับความนิยมโดยทั่วไป ประกอบด้วย 4 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดคลัสเตอร์ แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวคิดเครือข่ายทางสังคม และแนวคิดการจัดการภาคีสาธารณะ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิดเหล่านี้ พบว่าแต่ละแนวคิดต่างมีพื้นฐานและที่มาแตกต่างกัน อันส่งผลให้แต่ละแนวคิดต่างให้ความสนใจและมุ่งเน้นในประเด็นที่แตกต่างกัน อันส่งผลให้แต่ละแนวคิดจุดอ่อนจุดแข็งที่ไม่เหมือนกัน ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอให้ผู้ศึกษานำแนวคิดเหล่านี้มาบูรณาการเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำจุดแข็งของแต่ละแนวคิดมาผนวก รวมเข้าด้วยกัน เพื่อก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ที่มีความเป็นระบบ ลึกซึ้ง และรอบด้านมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดในการจัดการ CBT ทั้ง 4 แนวข้างต้น ต่างต้องการตอบคำถามเกี่ยวกับการพัฒนา CBT ให้อยู่รอดและเจริญเติบโต แต่ประเด็นที่ถูกกละเลยก็คือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ CBT ที่ขยายตัวสามารถส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน (balance and sustainable development) ต่อไปในอนาคต ซึ่งจำเป็นที่จะต้องนำทฤษฎีอื่น ๆ เข้ามาผสมผสานด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิด “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” (sufficiency economy philosophy – SEP) ซึ่งมีนักวิชาการบางท่านที่ได้พยายามนำ SEP มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจในปัจจุบัน (Bergsteiner & Pharmapiya, 2016; Kantabutra, 2016)

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประการแรก ควรมีการนำแนวคิดการจัดการ CBT ทั้ง 4 แนวไปใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและจริงจัง พร้อมกับมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ เพื่อนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการ CBT และพัฒนาทฤษฎีให้มีความลึกซึ้งและครอบคลุมมากขึ้น และประการที่สอง ควรมีการนำแนวคิด SEP และแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนอื่น ๆ ไปผนวกเข้ากับแนวคิดการจัดการ CBT ทั้ง 4 แนวคิด เพื่อทำให้การขับเคลื่อน CBT ไม่นับมิติการเติบโตแต่เพียงด้านเดียว แต่ควรหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนไปพร้อม ๆ กันด้วย

บรรณานุกรม

- ธนันท์ธร สิริพัชรังค์กูร (2556) การจัดการภาคีสาธารณะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำอัมพวา, ดุษฎีนิพนธ์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ภัทรกร พลพานารธรรม และคณะ (2553) เครือข่ายทางสังคมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม, รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2013-2015) CBT, สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอมือง เชียงใหม่ (สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2561) สืบค้นจาก <www.cbt-i.or.th>.
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม สุจิตรา สามัคคีธรรม นุสรา บุญสนอง และสมชาย กำปั่นทอง (2550) ปัญหาการจัดการโฮมสเตย์ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง: ศึกษากรณีอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม, รายงานผลการวิจัย, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม และคณะ (2552) การจัดการโฮมสเตย์ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม, วารสารร่มพญักษ์, ปีที่ 25, ฉบับที่ 2.
- Aas, C. et al. (2005) Stakeholder Collaboration and Heritage Management, Annals of Tourism Research, Vol. 32, No. 1, pp. 28 – 48.
- Ahebwa, W. M. & Duim, R. (2013) .Conservation, Livelihoods, and Tourism: A Case Study of the Buhoma-Mukono Community-based Tourism Project in Uganda, Journal of Park and Recreation Administration, pp. 96 – 114, Vol. 31, No. 3.
- Bezkhlibna, A. & Nykonenko, S. (2017) Strengthening of Regional Tourism Development by Creating Tourism Clusters in the Cities of Ukraine, Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D, Faculty of Economics & Administration, Vol. 24, Issue. 40, pp. 5 – 15.
- Bovaird, T. & Löffler, E. (2005) Understanding Public Management and Governance, in Public Management and Governance, Bovaird, T. & Löffler, E. (eds.), London: Taylor & Francis Group.
- Cheema, G. S. (2005) From Public Administration to Governance: The Paradigm Shift in the Link between Government and Citizens, A Paper Presented at the 6th Global Forum of Reinventing Government towards Participatory and Transparent Governance, on 24 – 27 May 2005, Seoul, Republic of Korea.
- Chiappa, G. D., Atzeni, M. & Ghasemi, V. (2016) Community-based Collaborative Tourism Planning in Islands: A Cluster Analysis in the Context of Costa Smeralda, Journal of Destination Marketing & Management, (Retrieved 11 Jan 2018), <http://dx.doi.org/10.1016/J.Jdmm.2016.10.005>.
- Clarkson, M. B. E. (1995) A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, The Academy of Management Review, Vol. 20, No. 1, pp. 92 – 117.

-
- Denicolai, S.; Cioccarelli, G. & Zucchella, A. (2010) .**Research-based Local Development and Networked Core-Competencies for Tourism Excellence**. *Tourism Management*, Vol. 31, No. 2, pp. 260 – 266.
- Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995) .**The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications**, *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp. 65 – 91.
- Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). **Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance**. *California Management Review*, Vol. 25, No. 3, pp. 88 – 106.
- Freeman, R. E. (1984) .**Strategic Management: A Stakeholder Approach**. Boston: Pitman.
- Ghazali, A. (2005) .**Small Firm Owner-Managers’ Networks in Tourism and Hospitality**. *International Journal of Business and Society*, Vol. 6, No. 2,
- Giampiccoli, A. & Nauright, J. (2010) .**Problems and Prospects for Community-Based Tourism in the New South Africa: The 2010 FIFA World Cup and Beyond**. *African Historical Review*, Vol. 42, No. 1, pp. 42-62.
- Giampiccoli, A. & Kalis, J. H. (2012) .**Tourism, Food, and Culture: Community-based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland**. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, pp. 101 – 123, Vol. 34, Issue 2,
- Giampiccoli, A. & Saayman, M. (2016) .**Community-based Tourism: From a Local to a Global Push**. *Acta Commercii – Independent Research Journal in the Management Sciences*, Vol. 16, No. 1, a372. pp. 1 – 10, (Retrieved 11 Jan 2018) From <<http://dx.doi.org/10.4102/ac.v16i1.372>>
- Giampiccoli, A., Saayman, M. & Jugmohan, S. (2016) .**Are Albergo Diffuso and Community-based Tourism the Answers to Community Development in South Africa?**. *Development Southern Africa*, Vol. 33, No. 3, pp. 548 – 561.
- Hamzah, A. & Khalifah, Z. (2009). **Handbooks on Community Based Tourism: ‘How to Develop and Sustain CBT**. Singapore: Asia-Pacific Economic Cooperation.
- Jackson, J. & Murphy, P. (2002) .**Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences from the New World**. *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 36 – 52.
- Jones, T. M. (1995) .**Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics**. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 2, pp. 404 – 437.
- Jones, H. & Wood, M. (2007). **Community-based Tourism Research Initiative: Survey Results Demonstrating the Connection that Community-based Tourism Projects have to Protected Areas**. Washington: EplerWood International.
- Jones, H. & Wood, M. (2008) .**Community-based Tourism Enterprise in Latin America: Triple Bottom Line Outcomes of 27 Projects**. Burlington, VT: EplerWood International.

-
- Katz, N.; Lazer, D.; Arrow, H. & Contractor, N. (2004) .**Network Theory and Small Groups**. Small Group Research, Vol. 35, No. 3, pp. 307 – 332.
- Kibicho, W. (2008) . **Community-based Tourism: A Factor-Cluster Segmentation Approach**. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, No. 2,
- Kimbu, A. N. & Ngoasong, M. Z. (2013) .**Centralized Decentralization of Tourism Development: A Network Perspective**. Annals of Tourism Research, Vol. 40, No. 0, pp. 235 – 259.
- Laws, E. et al. (2011) .**Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues**. in Laws, E., Richins, H., Agrusa, J. & Scott, N. (eds.) Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, pp. 1 – 16, Oxfordshire: CAB International.
- Liu, Zhenhua (2003) .**Sustainable Tourism Development: A Critique**. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 11, No. 6, pp. 459 – 475.
- Lopez-Guzman, T., Borges, O. & Castillo-Canalejo, A. M. (2011) .**Community-based Tourism in Cape Verde – A case Study**. Tourism and Hospitality Management, Vol. 17, No. 1, pp. 35 – 44.
- Mabuza, K. D. (2006) . **An Assessment of the Industry Cluster Approach as a Tool for Local Economic Development: The Case of the New Media Industry in Birmingham**. Doctoral Dissertation, Aston University.
- On Mon, C. (2015) .**Governance in the Tourism Sector**. Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, From <www.aalep.eu/governance-tourism-sector> (Retrieved August 2, 2018)
- Osborne, S. P. (2010) .**Introduction: The (New) Public Governance: A Suitable Case for Treatment?**. in The New Public Governance?: Emerging Perspectives on the Theory and Practice of Public Governance, Osborne, S. P. (ed.), London, Routledge.
- O'Toole, L. J., (1997) .**Treating Networks Seriously: Practical and Research-based Agendas in Public Administration**. Public Administration Review, Vol. 57, No. 1, pp. 45 – 52.
- Pattison, E. M. (1981) .**Introduction: The Social Network Paradigm**. International Journal of Family Therapy, Vol. 3, No. 4, pp. 241 – 245.
- Pavlovich, K. (2001) .**The Twin Landscapes of Waitomo: Tourism Network and Sustainability through the Landcare Group**. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 9, No. 6, pp. 491 – 504.
- Pavlovich, K. (2003) .**The Evolution and Transformation of a Tourism Destination Network: The Waitomo Caves, New Zealand**. Tourism Management, Vol. 24, No. 2, pp. 203 – 216.

-
- Pavlovich, K. & Kearins, K. (2004) .**Structural Embeddedness and Community-Building through Collaborative Network Relationships**. Management, Vol. 7, No. 3, pp. 195 – 214.
- Pavlovic, S. & Cavlin, G. (2014) .**Competitiveness of Destinations within the Rural Tourism Cluster: Zlatar, Zlatibor**. Economics of Agriculture, Vol. 61, No. 3, pp. 603 – 614.
- Pestoff, V. & Brandsen, T. (2010) . **Public Governance and the Third Sector: Opportunities for Co-production and Innovation?**. in The New Public Governance?: Emerging Perspectives on the Theory and Practice of Public Governance, Osborne, S. P. (ed.) London: Routledge.
- Peters, B. G. (2010) .**Meta-Governance and Public Management**. in The New Public Governance?: Emerging Perspectives on the Theory and Practice of Public Governance, Osborne, S. P. (ed.), London: Routledge.
- Pfarr, C. (2006) .**Tourism Policy in the Making: An Australian Network Study**. Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 1, pp. 87 – 108.
- Porter, Michael E. (1998) .**Cluster and the New Economics of Competition**. Harvard Business Review, November – December, pp. 77 – 90.
- Porter, Michael E. (2000) . **Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy**. Economic Development Quarterly, Vol. 14, Issue 1.
- Porter, Michael E. & Kramer, M. R. (2006) .**Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility**. Harvard Business Review, pp. 77-92, December.
- Porter, Michael E. & Kramer, M. R. (2011) .**Creating Shared Value**. Harvard Business Review, pp. 62-77, Vol. 89: No. 1-2.
- Powell, W. (1990) .**Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization**. Research in Organizational Behavior, No. 12.
- Richins, H. et al. (2011) .**TDG Challenges and Concerns: Questions of Development, Community Involvement, Responsiveness and Future Outcomes**. in Laws, E., Richins, H., Agrusa, J. & Scott, N. (eds.) Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, pp. 17 – 24, Oxfordshire: CAB International.
- Robson, J. & Robson, I. (1996) .**From Shareholders to Stakeholders: Critical Issues for Tourism Marketers**. Tourism Management, Vol. 17, No. 7, pp. 583 – 540.
- Rozemeijer, N. (2001). **Community-based Tourism in Botswana: The SNV Experience in Three Community-Tourism Projects**. Gaborone: SNV Botswana.
- Rui, Song (2018). **Report on World Tourism Economy Trends (2018)**. Tourism Research Center, Chinese Academy of Social Science, Berlin, (retrieved 3 August, 2018) from <<https://www.usip.org>>

-
- Satarat, Nopparat (2010). **Sustainable Management of Community-based Tourism in Thailand**. Ph.D. (Development Administration), School of Public Administration, National Institute of Development Administration (NIDA), Thailand.
- Taplin, I. M. (2011). **Network Structure and Knowledge Transfer in Cluster Evolution**. International Journal of Organizational Analysis, Vol. 19, No. 2, pp. 127 – 145.
- Thaithong, Nisarath (2016). **An Investigation of Tourism Stakeholders Networks and Cluster Sustainability in Samui Island**. Thailand, Ph.D. thesis, Business School, University of Hull.
- Tinsley, R. & Lynch, P. (2001). **Small Tourism Business Networks and Destination Development**. International Journal of Hospitality Management, Vol. 20, No. 4, pp. 367 – 378.
- Yuksel, F. et al., (1999). **Stakeholder Interviews and Tourism Planning at Pamukkale, Turkey**. Tourism Management, Vol. 20, No. 3, pp. 351 – 360.
- Ziakas, V. & Costa, C. A. (2010) **Explicating Inter-organizational Linkages of a Host Community's Events Network**. International Journal of Event and Festival Management, Vol. 1, No. 2, pp. 132 – 147.