

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับสถานประกอบการในสภาวะการระบาดของโควิด-19
กรณีศึกษา: พื้นที่เกษตรอินทรีย์ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
Ecotourism Strategies for Entrepreneurs During COVID-19 Pandemic: A Case Study
Of Organic Banana Enterprise, Mae Sai District, Chiang Rai Province

สมบูรณ์ คำเตจา¹ พิชชาภัทร์ วันชัย²
E-mail: sbkamtaeja@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพและการจัดทำแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสถานประกอบการเอกชน โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์แบบ SWOT และ TOWS matrix พบว่า พื้นที่ปลูกกล้วยมีจุดแข็งด้านผู้ประกอบการและระบบนิเวศเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีแนวทางการพัฒนาพื้นที่เชิงกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) ได้แก่ i) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับศักยภาพของสถานประกอบการ ii) การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย iii) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) ได้แก่ i) การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ii) การจัดแบ่งพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงนิเวศ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) ได้แก่ i) การสร้างเอกลักษณ์ทางพื้นที่ ii) การจัดการพื้นที่และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และกลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) ได้แก่ i) การประชาสัมพันธ์ ii) การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แผนกลยุทธ์ พื้นที่ปลูกกล้วย วิเคราะห์ศักยภาพ

Abstract

Potential analysis and strategic planning for ecotourism in private enterprises were studied using SWOT analysis and TOWS matrix. The banana plantation plot was the area strengthened by the farm entrepreneur and as an organic farming ecosystem which can be developed into an eco-tourism. Our four strategic guidelines for eco-tourism are as follows. First, SO strategies could be designed as i) organic farm-based ecotourism activities, ii) to determine the tourist group, and iii) to create a community-based network of ecotourism. Second, WO strategies could be prepared for i) the ecotourism staffs, and ii) zoning for eco-activities. Third, ST strategies could be identified as i) a spatial identity, and ii) allocating area for ecotourism activity. Fourth, WT strategy could be accomplished as i) to create the public relationship, and ii) cooperation with local tourism networks.

Keywords: ecotourism, strategic plans, banana plantation plot, potential analysis

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นตั้งอยู่ (สุพัตรา และศิวัช, 2561) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้ความสำคัญในการศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านการรักษาสีเขียว มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สิ่งมีชีวิต และภูมิประเทศของพื้นที่ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความนิยมมากขึ้น และเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวทางเลือกที่ดีสำหรับพ่อแม่ผู้ปกครองที่ต้องการปลูกฝังลูกหลานให้เกิดความตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจ รูปแบบกิจกรรมที่เน้นนำเสนอความรู้ ความน่าสนใจ รวมทั้งมุมมองด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก พร้อมทั้งมีการพัฒนาสินค้าและบริการจากภูมิปัญญา ตลอดจนความสมบูรณ์ของความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในมิติของการอุปโภค บริโภค และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและสมาชิกในชุมชน (จริยา และเฉลิมชัย, 2563) และนอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังสามารถคัดกรองนักท่องเที่ยว เพื่อควบคุมการระบาดของโรคติดต่อ COVID-19 ได้ง่าย เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มที่

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาชีววิทยา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ผู้ประกอบการ บริษัท เวิลด์ ไกรว์ จำกัด

ตระหนักรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ของสังคมในปัจจุบันได้ดี ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน่าจะเป็นหนึ่งกิจกรรมทางเลือกสำหรับการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ในยุคโควิด-19 โดยมุ่งให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

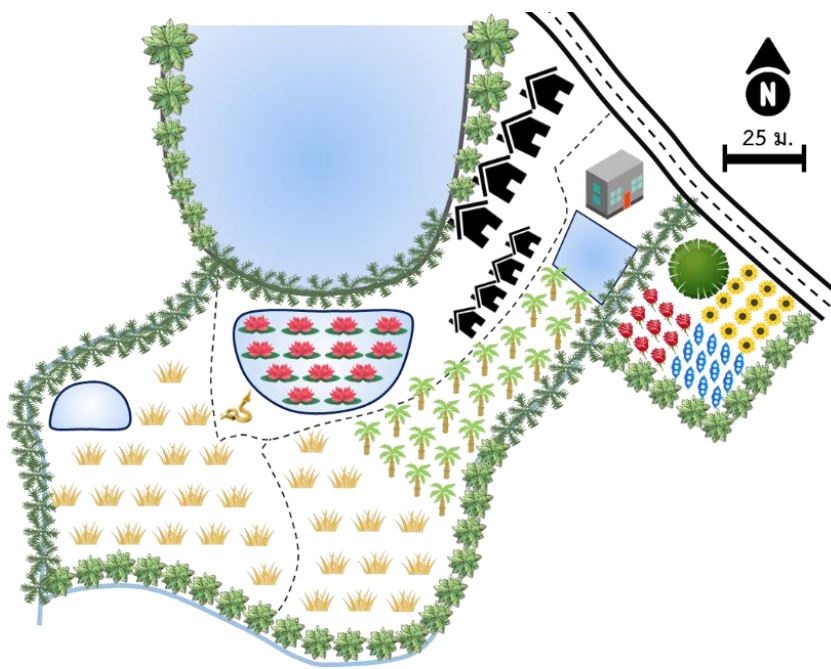
งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของสถานประกอบการเอกชนในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม การระบาดของโควิด-19 และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างกิจกรรมทางเลือกใหม่สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยนำเสนอจุดเด่นด้านระบบนิเวศของพื้นที่เพาะปลูกกล้วยแบบอินทรีย์ให้แก่นักท่องเที่ยว ศึกษาหาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกกล้วยที่เป็นระบบนิเวศที่ค่อนข้างสมบูรณ์ และนำเสนอใจสำหรับการศึกษาทางชีววิทยา ตลอดจนความสัมพันธ์เชิงนิเวศวิทยา ซึ่งสามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิเคราะห์ศักยภาพของสถานประกอบการเอกชนในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการระบาดของโควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประเภทของการวิจัย:** งานวิจัยเชิงคุณภาพ
2. **สถานที่วิจัย:** สถานประกอบการ บริษัท เวิลด์ โกรว์ จำกัด ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย สถานประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการปลูกและแปรรูปผลผลิตผลทางการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งบริษัทได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ GHPs, HACCP, HALAL เพื่อแปรรูปผลไม้และสมุนไพรในท้องถิ่นให้มีมูลค่ามากขึ้น ต่อยอดด้วยการนำสมุนไพรมาใช้ประโยชน์และการจัดการแหล่งเรียนรู้อย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตรอินทรีย์และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล:** 1) วิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยวิธี SWOT analysis 2) พัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย TOWS Matrix
4. **การเก็บรวบรวมข้อมูล:** ศึกษาศักยภาพทางระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่ โดยการสำรวจและรวบรวมความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในแปลงปลูกกล้วย แผนที่แปลงปลูกกล้วย สิ่งอำนวยความสะดวก
5. **การวิเคราะห์ข้อมูล:** วิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยวิธี SWOT analysis และพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย TOWS Matrix (สุวัชรินทร์ และคณะ, 2564)



ภาพที่ 1 พื้นที่วิจัย แสดงที่ตั้งของโรงเรียน พื้นที่แปลงปลูกเกษตรอินทรีย์ และพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ปลูกกล้วยและศักยภาพของสถานประกอบการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถนำมาวิเคราะห์ศักยภาพ SWOT analysis (ตารางที่ 1) ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) 4 ด้าน ได้แก่ จุดแข็งด้านผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญต่อการปลูกกล้วยแบบอินทรีย์ การปลูกพืชเศรษฐกิจ และพืชสมุนไพรหลายชนิด เช่น เก๊กฮวย อัญชัน กุหลาบ หม่อน ไม้ รางจืด มะม่วง ลิ้นจี่ เป็นต้น ทำให้พื้นที่มีระบบนิเวศการเกษตรที่หลากหลาย และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จุดแข็งด้านสถานประกอบการมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมกลางแจ้งที่สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ สระบัว แปลงปลูกกล้วยน้ำว้า แปลงดอกไม้ และบ่อเลี้ยงปลา เป็นต้น และพื้นที่ตั้งใกล้กับเขตอุทยานแห่งชาติถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ที่มีพรรณไม้พื้นถิ่นมากกว่า 220 ชนิด (มณฑล และนุชจรี, 2555) จึงมีโอกาสดังกล่าวที่พืชและสัตว์บางชนิดจากตอนล่างของน้ำตกจะเข้ามาอาศัยในพื้นที่ โดยเฉพาะสัตว์ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น นก ผีเสื้อ แมลง และสัตว์เลื้อยคลานด้วยนม เป็นต้น จุดแข็งด้านแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีการเกษตรอินทรีย์ เป็นแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่ยังมีกรรวบรวมสายพันธุ์กล้วยหลายชนิด เช่น กล้วยน้ำว้า กล้วยนาถ กล้วยดาร์ศรี กล้วยหอม เป็นต้น และจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปเกษตรอินทรีย์ของสถานประกอบการมีความหลากหลาย ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เป็นต้น

โอกาส (Opportunities) 3 ด้าน ได้แก่ โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม ตามกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีมากขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมด้านนี้เริ่มมีเพิ่มขึ้น ปัจจุบันยังมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่มากนัก ทำให้การจัดกิจกรรมเชิงนิเวศวิทยานี้จะสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายได้ในอนาคต (Shang et al., 2020) โอกาสด้านการเชื่อมโยงแหล่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น อุทยานแห่งชาติถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน เส้นทางท่องเที่ยวผืนดิน-ผืนน้ำ-ผืนป่า เส้นทางท่องเที่ยวแม่สาย-เชียงแสน-เชียงของ-ภูชี้ฟ้า เป็นต้น น่าจะสร้างความน่าสนใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในพื้นที่ได้มากขึ้น และโอกาสด้านเสริมความเข้มแข็งให้แก่แบรนด์สินค้าเกษตรอินทรีย์ จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ เป็นการเพิ่มโอกาสการกระจายสินค้าจากการเลือกซื้อสินค้าของผู้ประกอบการ และเกิดภาพลักษณ์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ประกอบการ (สุวัชรินทร์ และคณะ, 2564)

จุดอ่อน (Weaknesses) 4 ด้าน ได้แก่ จุดอ่อนด้านกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นการศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าการสร้างรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวลักษณะนี้ และหลายคนรู้สึกว่าเป็นกิจกรรมเชิงวิชาการมากกว่ากิจกรรมเพื่อการพักผ่อน ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ยังเกิดความนิยมค่อนข้างน้อยในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป จุดอ่อนด้านเอกลักษณ์ทางนิเวศวิทยา การสืบเสาะหาข้อมูลมีชีวิตของพื้นที่ยังมีข้อมูลไม่มาก และต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลพันธุ์สัตว์ และจุดอ่อนด้านเจ้าหน้าที่และพนักงาน ผู้ที่จะทำหน้าที่สื่อความหมายและถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตที่พบในพื้นที่ของสถานประกอบการ ควรได้รับการฝึกอบรมให้รู้จักสิ่งมีชีวิตในพื้นที่และสามารถสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเบื้องต้นได้ จุดอ่อนด้านสื่อการเรียนรู้ เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ เช่น ป้ายสื่อความหมาย แผ่นพับ ฐานข้อมูล ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย

อุปสรรค (Threats) 3 ด้าน ได้แก่ อุปสรรคด้านการระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และจำเป็นต้องมีมาตรการป้องกันการระบาดของโรค COVID-19 อุปสรรคด้านรูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีกระบวนการและเนื้อหาที่เข้าใจยาก ซึ่งอาจไม่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ผู้ประกอบการอาจต้องปรับรูปแบบกิจกรรมให้สามารถเข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม และสร้างความเชื่อมั่นต่อรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ อุปสรรคด้านการจัดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นซึ่งเน้นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและนันทนาการเป็นหลัก เช่น ตกปลา เดินถ่ายภาพ เล่นน้ำตก เป็นต้น ซึ่งรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากวิถีการท่องเที่ยวของชุมชนรอบพื้นที่ค่อนข้างมาก

การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่ปลูกกล้วย โดยใช้ตาราง TOWS matrix 4 ด้าน (ตารางที่ 2) ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับสภาพของสถานประกอบการ เน้นนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของพื้นที่ และฤดูกาล เช่น กิจกรรมสำรวจผีเสื้อ กิจกรรมดูนก กิจกรรมแมลง กิจกรรมแมลงนักผสมเกสร กิจกรรมดูหิ่งห้อย เป็นต้น กลยุทธ์การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัว เป็นต้น และการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีกิจกรรมในพื้นที่สถานประกอบการและกิจกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ใกล้เคียง กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถเชื่อมต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น เส้นทางขุนน้ำนางนอน เส้นทางเลียบบ้านน้ำโขง เส้นทางดอยตุงผาหมี เป็นต้น

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมและจัดอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ให้รู้จักสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ และจัดทำสื่อการเรียนรู้เบื้องต้นให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการหาผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์และถ่ายทอดความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น สถาบันการศึกษา กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปราชญ์ชาวบ้าน เป็นต้น กลยุทธ์การจัดแบ่งพื้นที่บางส่วนสำหรับดึงดูดสัตว์บางชนิดให้เข้ามาในพื้นที่ หรือทำโซนนิ่งสำหรับกิจกรรมเชิงนิเวศ เช่น พื้นที่ปลูกพืชให้น้ำหวาน พื้นที่ปลูกกล้วยสำหรับสัตว์ป่า พื้นที่แหล่งน้ำธรรมชาติ

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากจุดเด่นของสถานประกอบการ เช่น การจัดโซนนิ่งเพื่อกิจกรรมการเกษตรและท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวจากต้นทุนทางชีวภาพของพื้นที่ กลยุทธ์การจัดการพื้นที่และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเอกชน ที่สามารถบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัวและมีความเข้มแข็งของสินค้าเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย สร้างความเข้าใจด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับการจัดการพื้นที่ของสถานประกอบการ

กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกระบวนการคัดกรองผู้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ เช่น การตรวจสอบไหมไลน์ การประเมินความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว การใช้เครื่องตรวจหาเชื้อ รวมทั้งการจัดทำพื้นที่กักตัวก่อนร่วมกิจกรรม เป็นต้น กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น และขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่พันธมิตรการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่ปลูกกล้วยด้วย SWOT analysis

จุดแข็ง (strengths)	จุดอ่อน (weaknesses)
<p>S1: ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญต่อการปลูกกล้วยแบบอินทรีย์ ซึ่งระบบการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</p> <p>S2: สถานประกอบการ มีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมกลางแจ้งที่สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ สระบัว แปลงกล้วยน้ำว้า แปลงดอกไม้ และบ่อเลี้ยงปลา เป็นต้น</p> <p>S3: แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ การรวบรวมสายพันธุ์กล้วยหลายชนิด เช่น กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม กล้วยนาก กล้วยดารารัตน์ เป็นต้น</p> <p>S4: ผลิตภัณฑ์ ของสถานประกอบการมีผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่หลากหลายทั้งอาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ความงาม เป็นต้น</p>	<p>W1: กลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นการศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม มากกว่าการสร้างรายได้และความคุ้มค่าจากการจัดกิจกรรมระยะยาวมากกว่าระยะสั้น</p> <p>W2: เอกลักษณ์ทางนิเวศวิทยา การสืบเสาะหาพืชและสัตว์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวยังมีข้อมูลไม่มาก และต้องใช้ระยะเวลาในการสำรวจและรวบรวมชื่อชนิดพันธุ์สำรวจ</p> <p>W3: เจ้าหน้าที่และพนักงาน ต้องการความรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ และสามารถสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวเบื้องต้น</p> <p>W4: สื่อการเรียนรู้ เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตที่พบในพื้นที่ เช่น ป้ายสื่อความหมาย แผ่นพับ ฐานข้อมูล ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย</p>
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>O1: การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ รูปแบบกิจกรรมเน้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนและสิ่งแวดล้อม มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่มาก ตลอดจนน่าจะสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายได้ในอนาคต</p> <p>O2: การเชื่อมโยงแหล่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น อุทยานแห่งชาติ-ถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน เส้นทางท่องเที่ยวโดยตุง-ผาฮี้-ผาหมี่ เส้นทางท่องเที่ยวแม่สาย-เชียงแสน-เชียงของ-ภูชี้ฟ้า เป็นต้น</p> <p>O3: เสริมความเข้มแข็งให้แก่แบรนด์สินค้าเกษตรอินทรีย์ จากการมีนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ เป็นการเพิ่มโอกาสการกระจายสินค้าจากการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และเกิดภาพลักษณ์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ประกอบการ</p>	<p>T1: การระบาดของโรค COVID-19 ผลกระทบต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวลดลง และจำเป็นต้องมีมาตรการป้องกันการระบาดของโรค COVID-19</p> <p>T2: รูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีกระบวนการและเนื้อหาที่เข้าใจยาก ซึ่งอาจไม่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ผู้ประกอบการอาจต้องปรับรูปแบบกิจกรรมให้สามารถเข้าใจได้ง่าย ดึงความสนใจจากนักท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นต่อรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ</p> <p>T3: การจัดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน</p>

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย TOWS matrix

		ปัจจัยภายใน	
		จุดแข็ง (strengths)	จุดอ่อน (weaknesses)
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (Opportunities)	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy)</p> <p>SO1: กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับสภาพของสถานประกอบการ เน้นนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของพื้นที่ และการปรากฏตัวตามฤดูกาลของสิ่งมีชีวิต เช่น กิจกรรมสำรวจผีเสื้อ กิจกรรมดูนก กิจกรรมแมลง กิจกรรมแมลงนักผสมเกสร กิจกรรมดูหิ่งห้อย เป็นต้น</p> <p>SO2: กลยุทธ์การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว เป็นต้น</p> <p>SO3: กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เชื่อมต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น เส้นทางขุนน้ำนางนอน เส้นทางเลียบบแม่น้ำโขง เส้นทางดอยตุงผาหมี เป็นต้น</p>	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy)</p> <p>WO1: กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมและจัดอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ให้รู้จักสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ และจัดทำป้ายสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยว ร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการหาผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์และถ่ายทอดความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว</p> <p>WO2: กลยุทธ์การจัดแบ่งพื้นที่บางส่วนสำหรับดึงดูดสัตว์บางชนิดให้เข้ามาในพื้นที่ หรือทำโซนนิ่งสำหรับกิจกรรมเชิงนิเวศ เช่น พื้นที่ปลูกพืชให้น้ำหวาน พื้นที่ปลูกกล้วยสำหรับเป็นอาหารสัตว์ พื้นที่แหล่งน้ำธรรมชาติ</p>
	อุปสรรค (Threats)	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy)</p> <p>ST1: กลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากจุดเด่นของสถานประกอบการ เช่น การจัดโซนนิ่งเพื่อกิจกรรมการเกษตรและท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวจากต้นทุนทางชีวภาพของพื้นที่</p> <p>ST2: กลยุทธ์การจัดการพื้นที่และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเอกชน ที่สามารถบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัวและมีความเข้มแข็งของสินค้าเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy)</p> <p>WT1: กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกระบวนการคัดกรองผู้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ</p> <p>WT2: กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น และขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่พันธมิตรการท่องเที่ยว</p>

อภิปรายผล

สถานประกอบการเกษตรอินทรีย์มีต้นทุนทางชีวนิเวศที่เอื้อต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลายด้าน เช่น แปลงกล้วยน้ำว้า แปลงดอกไม้ บ่อเลี้ยงปลา และสระบัว เป็นต้น ระบบนิเวศเหล่านี้สามารถดึงดูดสิ่งมีชีวิตให้เข้ามาในพื้นที่ ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบสิ่งมีชีวิตที่น่าสนใจหลายชนิด เช่น นกมากกว่า 35 ชนิด ผีเสื้อ 20 ชนิด แมลงปอ 12 ชนิด และแมลงผสมเกสร 15 ชนิด ซึ่งแสดงถึงความสมบูรณ์ของระบบนิเวศได้ สัตว์เหล่านี้ยังเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งรักในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ไพริน, 2563) นอกจากนี้ในสถานประกอบการยังมีการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ การรวบรวมสายพันธุ์กล้วยหลายชนิด เช่น กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม กล้วยนาก กล้วยดารารัศมี เป็นต้น ทำให้พื้นที่เกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นระบบการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีศักยภาพที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ เป็นการเพิ่มมิติด้านการท่องเที่ยวให้แก่สถานประกอบการ และเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในพื้นที่อีกด้านหนึ่ง

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่มีจุดเด่นที่การนำเสนอข้อมูลชีวภาพของพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ สถานประกอบการหรือพื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องให้ความสำคัญต่อข้อมูลสิ่งมีชีวิตที่ถูกต้อง เช่น การเรียกชื่อ จำนวน สถานะภาพ การกระจายพันธุ์ หน้าที่ของสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลชีวภาพเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล ตลอดจนต้องมีผู้เชี่ยวชาญการจัดจำแนกสิ่งมีชีวิต (มณฑล และนุชจิรี, 2555) และข้อมูลชนิดพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตหายากและสิ่งมีชีวิตเฉพาะถิ่นบางชนิด ที่น่าจะพบในพื้นที่ของสถานประกอบการ เช่น ปูดอกข้อแดง ผึ้งหลวง (*Apis dorsata*) ผีเสื้อแพนซีมยุรา (*Junonia almanac*) แมลงปอเข็มบ่อหน้าส้ม (*Pseudagrion rubriceps*) นกอีล้ำ (*Gallinula chloropus*) นกพญาไฟพันธุ์เหนือ (*Pericrocotus ethologus*) เป็นต้น ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากสิ่งมีชีวิตของคนในชุมชน ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และค่านิยมของคนในชุมชนก็จะเพิ่มความน่าสนใจให้แก่สิ่งมีชีวิต ตัวอย่างความเชื่อของคนในพื้นที่ ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค ตำนานขุนน้ำนางนอน เป็นต้น

สถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ของสถานประกอบการ เนื่องจากข้อจำกัดเกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวและมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส สถานประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น เน้นการขายผลิตภัณฑ์ออนไลน์ ปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อปลูกพืชสมุนไพร เน้นสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือก โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการขายสินค้าที่ชัดเจน เช่น กลุ่มผู้บริโภคอาหารปลอดภัย กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น อย่างไรก็ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานประกอบการยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้คนได้รู้จักสถานประกอบการ ทำให้ลูกค้าเข้าใจแนวทางการพัฒนาสินค้าของสถานประกอบการมากขึ้น และช่วยให้ผู้ซื้อเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการสร้างกิจกรรมทางเลือก เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ก็จะช่วยสร้างเอกลักษณ์ของสถานประกอบการเกษตรอินทรีย์ สร้างความเข้มแข็งของสินค้าเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นและขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่พันธมิตรการท่องเที่ยวได้ในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพของสถานประกอบการเอกชนและการจัดทำแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์แบบ SWOT และ TOWS analysis พบว่า พื้นที่ปลูกกล้วยมีจุดแข็งด้านผู้ประกอบการและระบบนิเวศเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีแนวทางการพัฒนาพื้นที่เชิงกลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) ได้แก่ การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับศักยภาพของสถานประกอบการ การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) ได้แก่ การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อการเรียนรู้ การจัดแบ่งพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงนิเวศ เป็นต้น กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) ได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์ทางพื้นที่ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการ และกลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การคัดกรองนักท่องเที่ยว และการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมทางเลือกใหม่ที่จะช่วยเพิ่มมิติของการท่องเที่ยวได้
2. การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายท่องเที่ยวในพื้นที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความน่าสนใจมากขึ้น
3. ข้อมูลด้านสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศของพื้นที่บางอย่างสามารถนำมาสร้างเป็นฐานข้อมูลชีวภาพออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่ผู้ร่วมกิจกรรมจะได้รับทั้งความสนุกสนานและความรู้ ซึ่งน่าจะเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รักธรรมชาติกลุ่มเล็กหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยตามโครงการสนับสนุนการวิจัย จากงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ขอขอบคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม (กสว.): งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- จรรยา โกเมนต์ และเฉลิมชัย ปัญญาดี. (2563). การพัฒนาหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพสำหรับวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 15(2), 92-104.
- ไพริน เวชัญญะกุล. 2563. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*. 2 (1), 50-63.
- มณฑล นอแสงศรี และนุชจรี ตะทะนะ. (2555). **พรรณไม้ดอยนางนอน**. (1). เชียงใหม่: องค์การสวนพฤกษศาสตร์.
- สุพัตรา ตูบุดตา และศิวัช ศรีโกคางกุล. (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานกล้วยไม้ป่าข้างกระ วัดป่ามัญจาคีรี อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 5(2), 241-252.
- สุวัชรินทร์ จิตใจ, เยาวเรศ เซาวนพูนผล, ณัฐตาภานต์ พัยคณา, ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล, สุรพล เศรษฐบุตร, อีระพงษ์ เสาวภาคย์ และกรรณิกา แซ่ลิ้ว. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนหมู่บ้านสันทางหลวง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. *วารสารแก่นเกษตร*. 1, 650-656.
- Shang F., Sun Y., and Xu A. (2020). Rural ecotourism planning and design based on SWOT analysis. *International Journal of Low-Carbon Technologies*. 15, 368–372.